

Zukunfts- fähig und enkeltauglich

Social Business klingt nach viel Idealismus und weit weg von wirklichem Geld verdienen.

Dass dies ein Trugschluss und gar nicht unbedingt das Ziel ist, zeigen vier erfolgreiche Macherinnen.

Aileen Puhlmann ermöglicht mit ihrer Arbeit im Verein Lemonaid & ChariTea e.V. Menschen den Zugang zu unabhängigen, selbstbestimmten und nachhaltigen Lebensgrundlagen.

Nina Ruhland zeigt mit der ersten Agentur für nachhaltige Bergerlebnisse, dass Mensch und Natur auch im Einklang leben können.

Günes Seyfarth sorgt mit ihrem Unternehmen Community Kitchen dafür, dass weniger Lebensmittel verschwendet werden.

Sina Trinkwalder produziert mit ihrem Textilunternehmen manomama faire und grüne Mode made in Germany und gibt dabei Menschen, die auf dem Arbeitsmarkt wenig Chancen haben, eine Perspektive und einen Job.



Foto: Sharan Estone



Foto: Marion Vogel

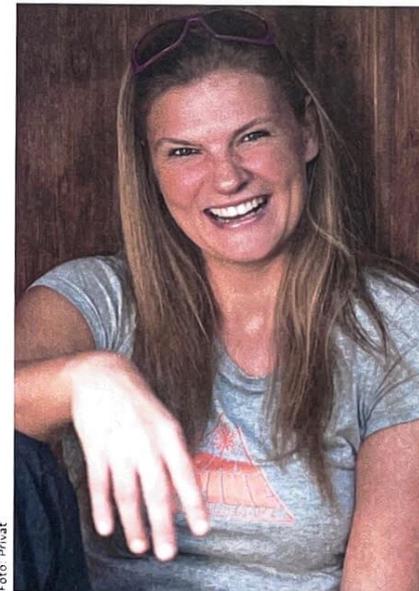


Foto: Privat



Foto: Barbara Ganderheimer

34

Aileen Puhlmann

VON WIEBE BÖKEMEIER



Aileen Puhlmann ist Vorständin von Lemonaid & ChariTea e.V., eines Vereins, der eine machtkritische Auseinandersetzung in der Entwicklungszusammenarbeit unterstützt. Und sie thematisiert öffentlich Diversitätsproblematiken und die Realitäten alleinerziehender Mütter und Schwarzer Menschen.

„Herzlich, klug und genau richtig wütend“

Ganz gleich, ob Aileen Puhlmann lachend den Mittelfinger in die Kamera hält oder die Frage „Soll ich mit meinen Kindern über Rassismus sprechen?“ stellt, ihre Posts auf Social Media sind Einladungen zum Dialog. Damit fordert die 41-Jährige die Öffentlichkeit – ja, manchmal auch heraus. Als Moderatorin und Speakerin, in Podcasts, Panels oder in der Presse nimmt sie kein Blatt vor den Mund. Diplomatisches Lavieren? Dafür hat sie keine Zeit – und keine Lust.

Die Tochter einer Deutschen und eines Ghanaers wuchs in einer Hochhaussiedlung in Hamburg auf, war Pfadfinderin, studierte Entwicklungspolitik mit Afrika-Fokus und lebte sieben Jahre in Südafrika. Mittlerweile wohnt die Alleinerziehende mit ihrer 9-jährigen Tochter auf St. Pauli und ist Vorständin bei der gemeinnützigen Organisation Lemonaid & ChariTea e.V., die sich über den Getränkeverkauf finanziert. Mit ihrer Arbeit will sie die sozialen, wirtschaftlichen und ökologischen Strukturen im Globalen Süden nachhaltig verbessern. Mit dem Ziel, jedem Menschen den Zugang zu unabhängigen und nachhaltigen Lebensgrundlagen zu ermöglichen.

Kommt sie vom Job nach Hause, macht das Engagement der leidenschaftlichen Basketballerin keineswegs Feierabend. Sieht sie Missstände, nimmt Anfeindungen wahr, spürt Unwissenheit, ob im eigenen Viertel oder im Netz, wird sie aktiv. So gründete die 41-Jährige beispielsweise die Initiative „Community Kids“, weil ihr im Norden ein Safe Space für Schwarze Kinder und Eltern fehlte.

Auf Instagram empfiehlt sie antirassistische Literatur und spricht offen über „Alleinerziehende Mutterschaft“ oder „Alltags upfuck allgemein“. Als Gegenleistung erwartet sie Reflexion. Im besten Falle folgt Interaktion und Diskussion. So bat sie kürzlich auf Social Media darum, den Satz „Aileen ist/macht/sagt...“ zu vervollständigen. Die Antworten lauteten: „Aileen schüttelt deine Bequemlichkeit im Denken und Handeln durch“; „Aileen ist herzlich, klug und genau richtig wütend genug in den wichtigen Momenten“. Das trifft's. —



Aileen Puhlmann
bei Instagram

35

Sina Trinkwalder

VON WIEBE BÖKEMEIER



Foto: Barbara Ganderheiner

Von der Self-Made-Millionärin zur Sozialunternehmerin: **Sina Trinkwalder** beweist mit manomama, dass sich ein Textilunternehmen nachhaltig ausrichten lässt – sozial und ökologisch.

„Maximierung der Menschlichkeit statt Maximierung des monetären Gewinns“

„Eigentlich wollte ich nur zeigen, dass jeder Mensch ein Talent hat und eine Chance auf eine Arbeitsstelle verdient, um Teilhabe an unserer Gesellschaft zu erlangen“, so erklärt Sina Trinkwalder ihre Idee, das erste ökosoziale Textilunternehmen in Deutschland zu gründen. Was so logisch, ja fast einfach klingt, war eine David-gegen-Goliath-Geschichte. Chancen rechnete ihr die Konkurrenz keine aus.

Sie kämpfte – das war sie gewohnt. Bereits mit 18 Jahren gründete sie eine Werbeagentur, arbeitete, während ihre Freundinnen im Club tanzten, und verdiente Millionen. Mit der Geburt ihres Sohnes im Jahr 2005 begannen die Zweifel. Sie fragte sich: „Was tue ich hier eigentlich?“ Wenig später ging Sina Trinkwalder in die Planungsphase, gründete ihr Unternehmen manomama und schuf damit ein soziales Wirtschaftswunder in der Textilbranche.

Seit 2010 produziert die 45-Jährige erfolgreich ökologische Bekleidung und Taschen. Mit ihrem Konzept brach sie die ungeschriebenen Regeln der Textilindustrie: Sie stellt in

der Heimat her, verarbeitet Schurwolle von bayerischen Schafen, das Leder kommt aus dem Allgäu, das Garn von der Schwäbischen Alb. Zudem stellt sie Menschen ein, die auf dem Arbeitsmarkt wenig Chancen haben: mit Migrationshintergrund, Alleinerziehende, Ältere und Behinderte. Heute produziert sie in der Manufaktur ihre Produkte mit etwa 150 Menschen innerhalb einer einzigartigen regionalen Wertschöpfungskette. Dabei hat Sina Trinkwalder nicht den Profit im Blick, sondern die Menschen. Ohne Akkord, alle dürfen in ihrem Tempo arbeiten – da ist die Chefin streng. Mit sich selbst war sie das nicht immer – eines Tages brach sie zusammen.

Inzwischen ist die preisgekrönte Unternehmerin und Trägerin des Bundesverdienstkreuzes achtsamer mit sich und folgt ebenfalls ihrem eigenen Leitsatz: „Meine Überzeugung, die Maximierung der Menschlichkeit statt die Maximierung des monetären Gewinns zu verfolgen, zahlt sich aus: Es ist besser für die Umwelt, besser für den Menschen.“ Dem ist nichts hinzuzufügen. Außer vielleicht noch ein Satz von ihr, der ein bisschen versteckt, auf ihrer Firmenhomepage zu finden ist: „Was viele für eine unmögliche Geschichte hielten, schreibt bis heute Geschichte.“ Liest sich – zurecht – wie freundliche Grüße an die rückwärtsgewandte Konkurrenz.

Mehr zu
manomama



36

Nina Ruhland

VON WIEBE BÖKEMEIER



Foto: Christoph Jorda

Natur und Mensch? Damit dieses Duo sich grün bleibt, gründete **Nina Ruhland** 2021 die erste Agentur für nachhaltige Bergerlebnisse und umweltbewusste Alpenüberquerungen.

„In den Alpen sind +2 Grad längst Realität.“

Ein Gast aus Köln sagte vor einigen Jahren auf einer Tour zu ihr: „Ach weißt du, wenn in den Alpen die Gletscher schmelzen, tangiert mich das zu Hause in Köln nicht wirklich.“ Nina Ruhland, selbst gebürtig aus dem Ruhrpott, erklärte ihm, dass der Rhein zu großen Teilen aus Gletscherwasser gespeist werde. Und der mächtige Fluss ohne die Gletscher nur ein mickriges Rinnsal sei. Dann wurde er still – und Nina Ruhland nachdenklich. Gespräche wie diese ließen die 43-Jährige nicht mehr los. „In den Alpen sind +2 Grad längst Realität! Wer begriffen hat, wie fragil die Berge sind, der will sie schützen.“ Und so beschloss die Journalistin und Bergwanderführerin 2021 auf ihren Touren zukünftig die Menschen aufzuklären, zu sensibilisieren und ihren Blick auf die Natur – und ihre persönliche Rolle darin – zu schärfen. Dafür unterstützt sie auch gern Gleichgesinnte in der Branche: „Wir sind deshalb beispielsweise Fördermitglied bei ‚Es tut nicht weh‘, einem Verein, der die Berge vom Müll befreit.“

Ihre Touren schützen das Klima, indem sie Unterkünfte wählt, die Wert auf Nachhaltigkeit und Regionalität legen. Sie organisiert für ihre

Gäste Fahrgemeinschaften; reist jemand gleich mit öffentlichen Verkehrsmitteln an, erstattet sie zehn Prozent des Ticketpreises. „Ohne Auto, das bedeutet für manche auf den ersten Blick Verzicht“, so die Mutter eines 4-Jährigen. „Aber die, die mit uns losziehen, erkennen, dass man Nachhaltigkeit und Spaß miteinander verbinden kann.“ Die grüne Ausrichtung bedeutet für Nina Ruhland nicht nur, der Natur mit Respekt zu begegnen, sondern auch den Menschen – inklusive fairer Bezahlung.

Für die Unternehmerin und ihre nachhaltigen Bergerlebnisse geht's steil bergauf. Der Markt ist da, die Menschen auch. Und doch ist Nina Ruhlands Agentur deutschlandweit nicht nur die erste ihrer Art, sie ist derzeit auch die einzige. Das erstaunt die 43-Jährige. Sie wünscht sich, dass andere schnell auf diesen „Zug aufspringen“. Schließlich gehe es ums große Ganze, so die Wahl-Bayerin, um unsere Welt. —



Mehr zu
Bergbegegnungen

37

Günes Seyfarth

VON WIEBE BÖKEMEIER



Foto: Marion Vogel

„Entweder wird es ein Erfolg, eine Erfahrung oder beides“ – Mamikreisel-Erfinderin **Günes Seyfarth** betrachtet die Businesswelt gelassen. Erfahrung hat die dreifache Mutter in so vielen Bereichen, dass sie nur wenig überrascht. Sie folgte ihrem Herzen und verschrieb sich voll und ganz dem Social Business.

„Auch du kannst das Klima retten – indem du aufisst, was eh schon da ist!“

Ob als Mutter von drei Kindern, Gründerin, Beraterin oder Speakerin, Günes Seyfarths Themen sind immer wichtig: Mompreneur, Ehrenamt, Kita, Scheitern, Mut, Nachhaltigkeit und Herkunft. Jede Fähigkeit, die sie sich in ihren Funktionen zu eigen macht, nutzt sie heute als Problemlöserin und Neudenkerin für die Menschen und das Klima.

Ihr Weg begann im September 2012 mit dem Online-Flohmarkt Mamikreisel. Es folgten die Gründung der Kinderbetreuung „Kita Karl & Liesl e. V.“, des „Foodsharing München e. V.“, mit dem sie über Lebensmittelverschwendung aufklärt, und des Vereins „Eine Schule für Alle e. V.“, der sich für ein gerechteres Schulsystem in Bayern einsetzt. Fokussiert auf Nachhaltigkeit, Bildung, Familien und Lebensmittelwertschätzung berät sie seit 2017 mit ihrem Team von „Die MacGyvers“ Gründer:innen und Start-ups. Die von ihr unterstützten Initiativen sind dabei so spannend wie sie selbst: Sie entsendet mit „Die Astronautin“ die erste deutsche RaumfahrerIn auf die ISS oder produziert mit „Fruitiverse“ nachhaltige Fruchtgummis aus frischen Biofrüchten.



Mehr zu
Community Kitchen

Auch ihr neuestes Projekt macht Appetit auf mehr: Sie kocht für den Klimaschutz, indem sie mit ihrem Projekt „Community Kitchen“ Gerichte mit Lebensmitteln auf den Teller bringt, die sonst im Müll gelandet wären. Das bedeutet Zutaten ohne Ende: Allein in München landen täglich 165 Tonnen Nahrungsmittel, die noch zum Verzehr geeignet wären, im Abfall. Das Konzept ist eine Mitmachküche für Freiwillige; mithilfe von Spenden werden einkommensschwache Familien versorgt. Ihr Motto zeigt, wie einfach es sein kann: „Auch du kannst das Klima retten – indem du aufisst, was eh schon da ist!“

Ihre drei Söhne haben das längst verinnerlicht. Ganz nach dem Prinzip von Kurt Valentin: „Kinder braucht man nicht zu erziehen. Sie machen uns sowieso alles nach.“ Bei ihr gebe es, so Günes Seyfarth, das Wort ‚einkaufen‘ nicht mehr. Auf die Frage, wo Mama sei, antworten ihre Kinder: „Lebensmittel retten.“ Die Münchnerin möchte ein gutes Leben – für alle Kinder. Dafür vermittelt sie tatkräftige Unterstützung und vermittelt deshalb Schulkindern mit ihrer gemeinnützigen Organisation „Next Entrepreneurs gUG“ unternehmerisches Denken und Handeln. Und auch diese Initiative ist nachhaltig – so sorgt Günes Seyfarth nämlich für Nachwuchs im Social Business. —