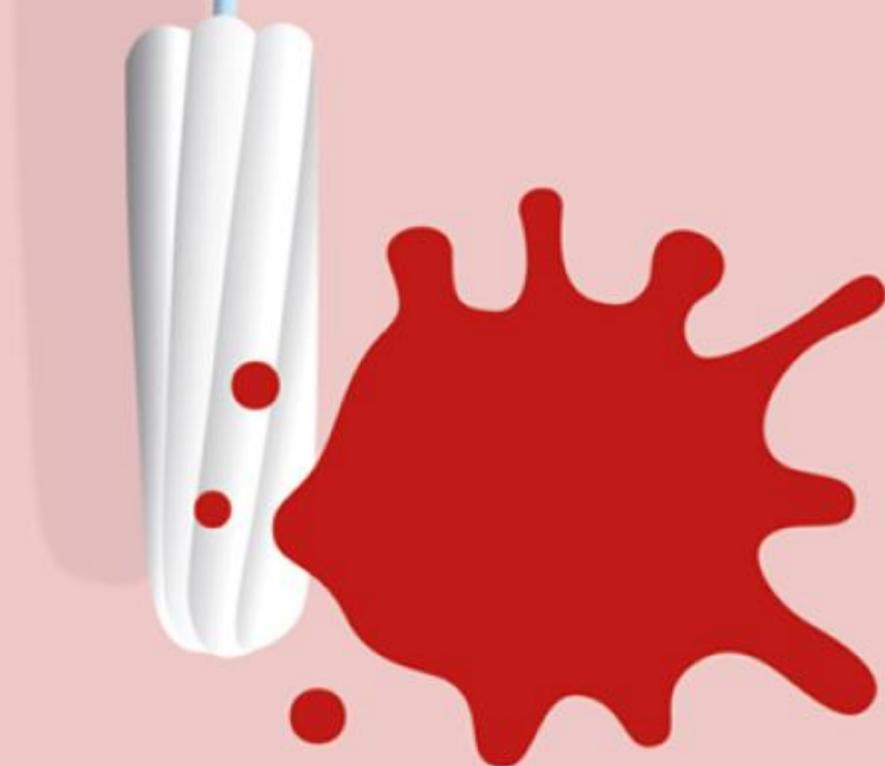


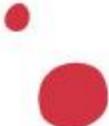
Bettina Steinbrugger

BLOODY BUSINESS



DER WEG ZUM
NACHHALTIGEN START-UP
TABUBRUCH INBEGRIFFEN

campus



BLOODY BUSINESS



Bettina Steinbrugger, geboren 1984, beschäftigte sich schon während des Studiums intensiv mit dem Thema Nachhaltigkeit und co-gründete 2011 die »erdbeerwoche« – das erste Social Business zu nachhaltigen Periodenprodukten. Das Unternehmen gewann viele Preise und ist bis heute erfolgreich. Die Mission ist, das Thema Menstruation positiv zu besetzen und vor allem junge Menschen bei einem selbstbestimmten, gesunden und nachhaltigen Umgang mit dem Zyklus zu unterstützen.

Bettina Steinbrugger

BLOODY BUSINESS

**Der Weg zum
nachhaltigen Start-up –
Tabubruch inbegriffen**

Campus Verlag
Frankfurt/New York

ISBN 978-3-593-51752-0 Print
ISBN 978-3-593-45466-5 E-Book (PDF)
ISBN 978-3-593-45467-2 E-Book (EPUB)

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung ist ohne Zustimmung des Verlags unzulässig. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen. Trotz sorgfältiger inhaltlicher Kontrolle übernehmen wir keine Haftung für die Inhalte externer Links. Für den Inhalt der verlinkten Seiten sind ausschließlich deren Betreiber verantwortlich.

Copyright © 2023. Alle deutschsprachigen Rechte bei Campus Verlag GmbH, Frankfurt am Main.

Umschlaggestaltung: *zeichenpool, München

Umschlagmotiv: © shutterstock, Lina Keil, shutterstock, Neliakott

Layout und Satz: Oliver Schmitt, Mainz

Gesetzt aus der Livory und Museo Sans Rounded

Druck und Bindung: Beltz Grafische Betriebe GmbH, Bad Langensalza

Beltz Grafische Betriebe ist ein klimaneutrales Unternehmen

(ID 15985-2104-1001).

Printed in Germany

www.campus.de

INHALT

Vorwort	7
Prolog	9
Allem Anfang wohnt ein (roter) Zauber inne	15
Warum »erdbeerwoche«?	28
Unternehmensgründung oder: Drum prüfe, wer sich ewig bindet!	35
Die Leiden der jungen Gründerin: vom eigenen Webshop bis zur ersten Mitarbeitenden	42
Plötzlich Chefin!	61
Alte, weiße Männer: ein ewiges Spannungsfeld	83
Das Business wächst – die Herausforderungen auch	104
Das Geschäftsmodell verändert sich – und wir uns auch	124
Wir gewöhnen uns daran, Unternehmerinnen zu sein	150
Ein Social Business in der Pandemie	171
Plötzlich ist alles anders	191
Fazit	210
Danksagung	229

Für Annemarie.

Danke für alles, was du in diese Welt gebracht hast.

Dein Strahlen wirkt weiter.

VORWORT

Start-up-Stories gibt es viele. Die meisten handeln allerdings entweder von grenzenlosem Erfolg oder aber von spektakulären Pleiten. Vor allem aber handeln die meisten von Männern. Dass es aber auch erfolgreiche, von Frauen gegründete Unternehmen abseits der gehypten Start-up-Szene gibt, wird dieses Buch zeigen.

Es ist keine Anleitung für die perfekte Gründung, sondern soll eher aus dem Alltag einer Gründerin berichten – mit allen Höhen und Tiefen, die solch ein Schritt mit sich bringt. Ich habe kein Rezept für unendlichen Erfolg im beruflichen oder privaten Leben. Aber ich habe ein paar Learnings aus den letzten zwölf Jahren als Unternehmerin gezogen, die ich gerne teile, weil ich glaube, dass sie anderen nützlich sein können. Vielleicht nützlicher als so manche auf Hochglanz polierte Start-up-Success-Story.

Als ich begann, dieses Buch zu schreiben, saß ich mit meiner Geschäftspartnerin Annemarie in einem Wiener Kaffeehaus und wir sinnierten über den Sinn des Lebens und des Unternehmertums. Nun, da ich die letzten Zeilen schreibe, bin ich allein. Annemarie ist nicht mehr da und wird dieses Buch nie lesen können. Ganz im Gegensatz zu dir.

Dieses Buch ist für alle, die ihren eigenen Weg gehen wollen. Es soll zeigen, dass es sich lohnt, an die eigene Idee zu glauben – ganz egal, wie absurd andere sie vielleicht finden. Hoffentlich findest du die eine oder andere Inspiration oder Anekdote, die dir in deinem beruflichen oder privaten Leben hilft, den nächsten Schritt zu machen. Denn eines ist sicher: Das lohnt sich eigentlich immer.

PROLOG

Es war ein warmer Tag im Mai 2015, als wir den Zug am Wiener Hauptbahnhof bestiegen. In unserem Gepäck befanden sich nur unsere Laptops und Handys – schließlich sollte unser Ausflug nach Graz nur ein paar Stunden dauern. Wir waren auf dem Weg zu einem sogenannten Start-up-Pitch – lange bevor dieser Begriff durch sämtliche Fernsehsendungen und die sozialen Medien geisterte. So ganz wussten wir selbst nicht, was wir da eigentlich tun sollten. Wir hatten uns mit unserem Unternehmen erdbeerwoche mit ein paar Klicks für einen Jungunternehmerwettbewerb angemeldet, ohne uns genau darüber zu informieren, was wir dafür eigentlich leisten mussten. Der ausgeschriebene Gewinn hatte uns einfach angelacht: mehrere Tausend Euro in Form von Mediavolumen, also Gratis-Werbung für unser noch so junges Projekt. Da wir gerade knapp bei Kasse waren, kam dieser Wettbewerb wie gerufen – und kaum, dass wir uns versahen, waren wir als eines von zehn nominierten Start-ups zum großen Finale und Live-Pitch vor 2 000 Menschen geladen. Erstmals sollte unsere Idee einem größeren Publikum vorgestellt werden. Das einzige Problem dabei: Bei unserem »Produkt« handelte es sich nicht um ein hipbes, neues Lifestyle-Getränk, sondern um eines der letzten Tabuthemen unserer Zeit: die weibliche Periode.

Wir hatten keine Zeit gehabt, unseren Pitch vorzubereiten, und wussten nur, dass der Kurzvortrag genau drei Minuten dauern sollte, keine Sekunde länger, und dass wir eine PowerPoint-

Präsentation verwenden durften. Also saßen wir im Speisewagon des Schnellzugs 350 und grübelten darüber nach, wie wir das, was uns am Herzen lag – die Enttabuisierung der Menstruation und die Verbreitung nachhaltiger Periodenprodukte – in drei Minuten so rüberbringen konnten, dass erstens niemand aus dem Publikum schreiend den Saal verlässt, zweitens möglichst alle anwesenden Frauen sofort unsere Seite googeln und in unserem Onlineshop etwas bestellen und drittens wir diesen verdammten Pitch gewinnen und uns die Gratis-Werbung holen, die wir so dringend benötigten.

Das Erste hielten wir für möglich, Zweiteres für eher unwahrscheinlich und Letzteres für eigentlich undenkbar. Aber egal – meine Geschäftspartnerin Annemarie und ich liebten schon immer Herausforderungen.

In Windeseile stellten wir ein paar PowerPoint-Folien zusammen und übten danach unseren Drei-Minuten-Pitch. »Annemarie, in welchem Ordner liegt das Foto von unserem Model mit dem Tampon in der Hand?«, fragte ich meine Geschäftspartnerin. »Meinst du das mit den roten Blutflecken im Hintergrund oder das, wo ›Deine Regel – dein Planet‹ auf ihrem T-Shirt steht?«, hakte Annemarie nach, als wäre es die selbstverständlichste Sache der Welt, über die wir da im Zug sprachen. Eigentlich war es das ja auch, aber dennoch: Wann immer die Worte »Menstruation«, »Tampon« oder »Regelblut« fielen, führte das zu rot anlaufenden Gesichtern und verstörten bis schmerzverzerrten Blicken der anderen Zuggäste – bis hin zum Kellner des Speisewagens, der sich beim Blick auf unseren Laptop gar nicht mehr konzentrieren konnte und stotternd für den Kaffee nur den halben Preis verlangte. Großzügigerweise bezahlten wir ihm trotzdem den vollen Betrag – schließlich waren wir gerade auf dem Weg, uns eine ganze Stange Geld abzuholen. »Stimmt so«, sagte Annemarie mit Gönnerstimme, als sie ihm 4 Euro für den Kaffee, der eigentlich eher den Begriff »Abwaschwasser« verdiente, in die Hand drückte. »Äh, danke – tschüss!« presste der Kellner hervor und verließ fluchtartig unseren Waggon.

In der Grazer Messehalle angekommen, verteilten wir erst einmal unsere Flyer auf allen Toiletten – nur für den Fall, dass wir ohne das Gratis-Werbebudget nach Hause gehen sollten. Schließlich fanden wir die Anmeldung zum Start-up-Pitch und ernteten wie immer, wenn wir unseren Firmennamen nannten, Gekicher und beschämte Blicke.

Waren wir im Zug noch recht ausgelassen, stellte sich langsam Nervosität ein. Gleich sollten wir auf diese Bühne gehen und 2000 Menschen von der Idee der »erdbeerwoche« überzeugen. Wie würden sie reagieren? Würden sie uns mit Tomaten bewerfen? Oder mit Erdbeeren? Würden sie uns auslachen? Oder einfach nur stumm vor lauter Scham im Boden versinken? Wir wussten es nicht, aber es gab jetzt auch kein Zurück mehr. Der Techniker drückte uns zwei Mikrofone in die Hände und schubste uns unsanft Richtung Bühne: »Na los, ihr seid dran!« Umdrehen und davonlaufen? Kurz scannte ich noch die möglichen Fluchtwege, aber alle führten quer durch die Menge, also blieb nur ein Weg frei: der Weg in die Höhle der Löwen – und das lange, bevor das erfolgreiche, gleichnamige TV-Format ins Leben gerufen wurde.

Ich hörte noch, wie der Moderator unsere Namen nannte und dann verschwand. Plötzlich waren wir allein auf dem riesigen schwarzen Podest. Mein Part war der Auftakt – so hatten wir es bei unserer Schnellschussaktion im Zug festgelegt. Erwartungsvoll sah mich Annemarie an; gleichzeitig sah ich die überdimensionale Uhr, auf der bereits der Drei-Minuten-Countdown lief. Kurze Panik befiel mich: Was, wenn wir mit der Zeit nicht klarkämen oder einen totalen Blackout hätten?

Zum Grübeln blieb jetzt allerdings keine Zeit mehr, also nahm ich all meinen Mut zusammen und legte los: »Hier geht es eigentlich gar nicht um Erdbeeren.« Kurzes, verlegenes Schmunzeln auf manchen Gesichtern im Publikum. »Sondern um etwas viel Wichtigeres. Es geht um jede fünfte Frau in diesem Raum, die – statistisch gesehen – jetzt in diesem Moment ihre Periode hat.« Einige Lacher ertönten, die mich bestärkten, denn das

hatten wir beabsichtigt: das Tabu gleich vorneweg mit einem überraschenden Fakt von der Bühne zu treten. Schon wesentlich selbstsicherer redete ich weiter, redete gefühlt um mein Leben. Noch 2 Minuten und 29 Sekunden. Ich bekam eine kurze Verschnaufpause, denn nun übernahm Annemarie das Wort. In dem Moment, als wir mit dem Satz »Es wird Zeit für eine neue Generation der Frauenhygiene!« schlossen, hörten wir den Gong, der das Ende der drei Minuten einläutete. Wir hatten es punktgenau geschafft – Gott sei Dank konnten wir beide schneller sprechen als denken.

Als der Gong verhallt war, herrschte plötzlich Totenstille im gesamten Saal, man hätte eine Stecknadel fallen hören können. Ich merkte, wie wieder die Anfangspanik in mir aufstieg: »Oh je, jetzt bewerfen sie uns wirklich gleich mit Tomaten!« Aber auch mein unerschöpflicher Pragmatismus meldete sich zu Wort: »Glücklicherweise habe ich eine rote Jacke an, da sieht man die Flecken nicht so.«

Unschlüssig, ob wir stehen bleiben oder lieber gleich von der Bühne flüchten sollten, fiel unser Blick auf den Moderator, der uns anerkennend zunickte. Doch keine Tomaten? Und dann gab es plötzlich einen tosenden Applaus. Erleichterung machte sich auf unseren bis dahin noch immer unter Anspannung stehenden Gesichtern breit. Wir haben es hinter uns gebracht und konnten in Ruhe das Ergebnis abwarten.

So ganz verschwand das Adrenalin in meinen Adern aber auch in den folgenden zwei Stunden nicht, in denen die Jury beratschlagte. Auf eine gewisse Weise hatte ich im wahrsten Sinne des Wortes »Blut geleckt«: Mich beschlich das Gefühl, dass dies nicht unser letzter Auftritt vor einem großen Publikum gewesen sein sollte, und dass das hier möglicherweise erst der Anfang von etwas Größerem war.

Mit klopfendem Herzen standen wir also am Bühnenrand, als die drei Gewinner verkündet wurden. Insgeheim hofften wir auf den dritten Platz, denn auch dieser war noch mit einem akzeptablen Trostpreis dotiert. Da fiel der Name des Drittplatzierten,

an den ich mich heute nicht mehr erinnern kann. Sehr wohl erinnere ich mich aber an die Enttäuschung, die mich befiel, als ich begriff, dass es nicht unser Name war. Schade, das war's wohl. Jubelnd lief der Bronze-Gewinner auf die Bühne und kurz darauf der Zweitplatzierte. Schon wollten wir umdrehen und den Saal verlassen, als wir plötzlich jemanden »erdbeerwoche« sagen hörten. Wie bitte? Verwirrt sahen wir uns um und blickten dem Techniker in die Augen, der uns abermals unsanft schubste: »Hey, ihr müsst auf die Bühne – ihr habt gewonnen!«

Wie in Trance stolperten Annemarie und ich die zwei Stufen hinauf und nahmen den Glaspokal entgegen. Da war er nochmal: der tosende Applaus von vorhin. Wir hatten es tatsächlich geschafft – und das nach Jahren der Hochs und Tiefs. Nachdem wir unzählige Hände geschüttelt und den Saal verlassen hatten, riefen wir sofort unsere beiden Lebensgefährten Matthias und Bernhard an: »Ihr glaubt es nicht, aber wir haben gewonnen!« »Was? Was habt ihr gewonnen?« Matthias zeigte sich verwirrt. Er war gerade in einem wichtigen Meeting und hatte schon wieder vergessen, warum wir eigentlich nach Graz gefahren waren. »Na diesen Start-up-Pitch!«, kreischte ich ins Telefon. »Wir kommen heute nicht mehr nach Wien!« Dieser Sieg musste gebührend an Ort und Stelle gefeiert werden. Unsere Männer fackelten nicht lange und setzten sich ins Auto. Pünktlich zur After-Show-Party des Events und noch bevor der erste Sektkorken knallte, standen sie vor uns.

Während wir feierten, dämmerte uns langsam, dass der Ausgang dieses Abenteuers wohl wegweisend für unsere weitere Karriere und für die Zukunft unserer noch so jungen Idee sein würde. Ob es der Einfluss des Alkohols war oder eine Eingebung von oben, weiß ich nicht, aber plötzlich wurde mir so klar wie noch nie, dass nichts mächtiger ist, als eine Idee, deren Zeit gekommen ist.



ALLEM ANFANG WOHNT EIN (ROTER) ZAUBER INNE

Der Pitch fand knapp vier Jahre nach der Gründung der erdbeerwoche statt und fast genauso lange hatte es gedauert, bis aus einer vagen Idee ein richtiges Unternehmen wurde.

Die mit Abstand häufigste Frage, die wir seit der Gründung der erdbeerwoche gestellt bekommen haben, ist wohl: Wie kommt man dazu, ein Menstruations-Business zu gründen?

Natürlich könnte ich jetzt sagen: »Das wurde mir schon in die Wiege gelegt.« Oder: »Schon in meiner Kindheit träumte ich davon, mein eigenes Unternehmen zu haben.« Aber weder das eine noch das andere stimmt. Aufgewachsen im sonnigen Süden Österreichs fand sich so allerlei im Lehrplan meiner Schule, aber definitiv nicht das Thema Unternehmensgründung oder »Entrepreneurship«, wie es auf Neudeutsch heißt. Vielleicht gibt es andere Schultypen, die praxisorientierter sind, aber außer höchst theoretischen Kurvendiskussionen und philosophischen Exkursen wurde mir recht wenig über die gesellschaftliche und wirtschaftliche Realität mitgegeben. »Das stimmt aber so nicht!«, höre ich da meine Mutter Einspruch erheben, während ich diese Zeilen schreibe, denn als ehemalige Latein- und Philosophielehrerin ist meine Mutter eine große Liebhaberin des Altertums und überzeugt von seiner Relevanz für unsere aktuelle Zeit. Das mag sicher auch seine Berechtigung haben und tatsächlich faszinierten mich als Kind die blutigen Geschichten aus der griechischen und der römischen Mythologie, aber so richtig lebensnah waren sie dann doch nicht.

Apropos Blut: Vielleicht war mir als Frau ein gewisses Faible für Blut doch irgendwie in die Wiege gelegt. Dabei ist die Geschichte meiner ersten Regel eigentlich recht unspektakulär:

Es war ein Freitag – ob es der 13. war, kann ich nicht mehr sagen, aber ich war jedenfalls gerade 13 Jahre alt. Wie jeden Morgen unter der Woche klingelte mich der Wecker unsanft aus dem Bett. Ich torkelte schlaftrunken ins Bad und setzte mich mit halbgeschlossenen Augen auf die Toilette, um meine Blase zu erleichtern. Da fiel mein verschlafener Blick auf meine Unterhose und plötzlich war ich hellwach. Da war er – ganz eindeutig – ein großer roter Blutfleck! Natürlich wusste ich sofort, was los war, denn als jüngste von drei Schwestern war ich schon lange mehr als aufgeklärt und sehnte mich bereits danach, endlich auch zu bluten, so wie meine großen Schwestern. Als ich den Blutfleck in meiner Hose entdeckte, rief ich lauthals: »Mutti, wo bist du? Komm schnell!« Den Gefühlsmix aus Aufregung, Freude, Stolz und auch ein wenig Angst, was nun auf mich zukommen würde, musste ich mit jemandem teilen.

Wir hatten grundsätzlich ein sehr offenes Verhältnis in unserer Familie, Nacktheit galt bei uns als etwas Natürliches, und daher wurden Badezimmertüren auch nur selten abgeschlossen. Auf mein Schreien hin stürzte meine Mutter also ins Badezimmer. Noch bevor sie ganz bei mir war, rief ich ihr schon entgegen: »Ich habe die Regel bekommen!« Daraufhin breitete sich ein Lächeln auf ihrem Gesicht aus und sie umarmte mich gratulierend (was sich etwas schwierig gestaltete, da ich ja noch immer mit heruntergelassener Hose auf der Toilette saß).

Nun durfte ich endlich eine Binde aus dem Schrank meiner Schwestern stibitzen. Allerdings bemerkte ich schnell, dass am Bindentragen nichts glamourös war. Tampons waren für mich mit 13 keine Option und Bio-Binden kannte ich zu diesem Zeitpunkt leider noch nicht. Also musste ich mir dieses klebrige, mit Plastik überzogene Riesending in die Unterhose stopfen und fühlte mich in meine Windelkindheit zurückversetzt. Noch dazu setzten bald starke Bauchkrämpfe ein. Das sollte nun also die

tolle Regel sein, von der die älteren Mädchen immer hinter vorgehaltener Hand sprachen?

Noch lange begleitete mich die Periode auf eher negative Weise – mit unangenehmen Monatshygieneartikeln und allmonatlichen Schmerzen. Dass sich das Ganze viel später zum Positiven wenden sollte, als ich mit Mitte 20 gemeinsam mit Annemarie die erdbeerwoche gründete, um gesunde, nachhaltige Periodenprodukte für alle Menstruierenden zugänglich zu machen, konnte ich mit 13 natürlich noch nicht ahnen.

Blut war also schon länger Thema in meinem Leben und trotzdem setzte ich mich mit dem Menstruationsthema erst mit Mitte Zwanzig wirklich auseinander. Dabei kamen sowohl Annemarie als auch ich über Umwege zu diesem Thema – nämlich über den Umwelt- und Nachhaltigkeitsbereich.

Nach dem Abi bzw. dem österreichischen Äquivalent – der Matura – hatte ich Französisch und Spanisch studiert – ein klassisch »brotloses« Studium, wie mein Vater immer wieder betonte, den meine Studienzeit das eine oder andere Haar auf dem Kopf kostete. Sprachen hatten mich schon immer fasziniert und auf den Mund gefallen war ich auch nicht. Warum also nicht das studieren, was mir Spaß macht, dachte ich mir – für langweilige Betriebswirtschaft und fade Bürojobs ist später im Leben noch immer genug Zeit. Ein Thema, das sich mir immer wieder aufdrängte, obwohl es eigentlich nichts mit meinem Studium zu tun hatte, war Nachhaltigkeit.

Als Teil einer sehr reiselustigen, fünfköpfigen Familie brachten mich meine Eltern schon früh in die entlegensten Ecken der Welt: Von der Türkei über den Grand Canyon bis Hawaii durfte ich schon als Kind viel kennenlernen und machte trotzdem fast überall die gleiche, traurige Entdeckung: Egal, wie abgelegen der Ort, wie idyllisch der Strand war – irgendjemand war meist schon vor uns da gewesen und hatte etwas zurückgelassen, was nicht nur wir, sondern noch viele Generationen nach uns zu Gesicht bekommen sollten: Plastikmüll. Das stimmte mich immer melancholisch und nachdenklich. Ich fragte mich, ob

denn die Eltern dieser Menschen, die da so achtlos ihren Müll wegwarfen, ihnen im Kindesalter nicht beigebracht hatten, dass man so etwas nicht macht, weil es der Umwelt nicht guttut. Jemand musste ihnen das sagen, denn sobald sie wüssten, wie umweltschädlich das ist, würden sie es auch nicht mehr tun – davon war ich jedenfalls als Kind zutiefst überzeugt. Und wann immer jemand vor mir ein Taschentuch, eine Zigarettenschachtel oder eine Plastikflasche achtlos wegwarf, machte ich die Person lautstark darauf aufmerksam. Etwas Missionarisches hatte ich also schon in mir, obwohl Religion in unserer Familie nie eine große Rolle spielte. Das sah bei Annemarie, meiner späteren Co-Gründerin der erdbeerwoche, schon anders aus.

Sie wuchs als Tochter einer Religionslehrerin im bayerischen Bad Reichenhall an der Grenze zu Österreich auf und hatte das ethisch Korrekte und die Nachhaltigkeit quasi schon mit der Muttermilch aufgesogen. Die Wohnung, in der sie aufwuchs, glich einer Reformhausfiliale und ihr Lieblingsessen war schon als Zehnjährige nicht Schnitzel mit Pommes, sondern Quinoa mit zuckerfreiem Bio-Ketchup. Verständlich, dass sie als pubertierende Jugendliche dann erstmal gegen das Nachhaltigkeitsregime rebellierte – ausgerechnet zu der Zeit, als sie ihre erste Periode bekam.

Annemarie wollte schon früh erwachsen und eine Frau sein – und das mit allen Problemen, die Mädchen in den gängigen Frauenzeitschriften der 1990er Jahre suggeriert wurden: Wie du den richtigen BH findest, wie du Jungs um den Finger wickelst oder ob du lieber Tampons oder Binden benutzen solltest. Annemarie war als Jugendliche ein absoluter Frauenzeitschriften-Junkie. Also wartete sie jeden Tag sehnsüchtig darauf, endlich das erhoffte Blut in der Unterhose zu finden, um einen weiteren Schritt in Richtung des ersehnten Status als Frau zu gelangen. Im November 1996 war es dann endlich so weit: Noch etwas verträumt ging sie in der Früh aufs Klo und sah etwas in ihrer Unterhose, das eher aussah wie ein dunkler Johannisbeersirupfleck als flüssiges Blut. Bewaffnet mit Klopapier stürmte sie

in die Küche, wo ihre Mutter gerade das Pausenbrot schmierte, und hielt ihr halbpanisch das Stückchen Papier mit Blut unter die Nase. Dann folgte ein Ritt auf dem »Cotton-Pony« – der wahrscheinlich größten Binde, die sie je in ihrem Leben verwendet hatte.

So hatte mir Annemarie später, als wir uns bei unserem ersten richtigen Job nach dem Studium kennenlernten, von ihrer ersten Menstruation erzählt. Weder sie noch ich hatten in der Schule gelernt, was es außer abstrakten Hormonkurven und unaussprechlichen medizinischen Begriffen mit der weiblichen Periode wirklich auf sich hatte, und so hinterließ dieses Thema ein gewisses unbefriedigtes Vakuum bei uns beiden. Obwohl unsere Jugend sehr unterschiedlich war, hatten wir doch auch unsere Gemeinsamkeiten, wie wir später immer öfter feststellen sollten.

Nach meiner Sturm-und-Drang-Zeit, mehreren Auslandsaufenthalten und einigen gebrochenen Männerherzen, die ich an den unterschiedlichsten Ecken dieser Welt zurückließ, nahm ich nach Beendigung meines Studiums meinen ersten richtigen Job an und zog dafür von Graz in das mehr als fünfmal so große Wien. Annemarie war bereits vor mir in die Großstadt gezogen, denn die Liebe hatte sie schon während ihres Studiums nach Wien geführt. Dennoch sollte es noch einige Jahre dauern, bis sich unsere Wege kreuzten.

In der Großstadt (der einzigen in ganz Österreich übrigens) begann ich meine Karriere als Projektleiterin bei einer Unternehmensplattform für nachhaltige Entwicklung. Was genau das bedeutete, konnte ich bei meinem Arbeitsbeginn zwar noch nicht so ganz sagen, aber es hörte sich jedenfalls wahnsinnig wichtig und sinnstiftend an. In meiner Vorstellung half ich den großen Unternehmen des Landes (den »verirrten Schäfchen«) dabei, auf den richtigen, weil nachhaltigen und ökologischen Weg zu kommen. In der Praxis sah es dann allerdings etwas anders aus. Ich durfte einen Nachhaltigkeitspreis für Unternehmen organisieren, den dann aber Firmen wie ein großer Öl- und Gaskonzern

gewannen, weil er seinen Mitarbeitenden einen Obstkorb und kostenlose Yogakurse ermöglichte. Hart am Boden der »echten« Arbeitswelt angekommen, dachte ich mir, dass es das ja wohl nicht sein könne.

In genau diesem Job lernte ich dann Annemarie kennen, die ebenfalls »frisch gefangen« von der Uni mit ihren idealisierten Welt- und Wirtschaftsvorstellungen in die Nachhaltigkeitsbranche kam. Immerhin hatte sie nicht nur ein »brotloses« Studium wie ich absolviert (das hatte sie zwar auch – nämlich Internationale Entwicklung), aber sie hatte nebenbei auch Betriebswirtschaftslehre studiert, was uns in der späteren Unternehmensgründungsphase aber leider auch nicht viel helfen sollte.

Ich saß gerade an meinem Schreibtisch im Büro der Nachhaltigkeitsorganisation, für die ich nun schon fast ein Jahr arbeitete, als Annemarie ihren ersten Arbeitstag begann. Schon von Weitem hörte ich ihre schweren Schritte auf dem Flur und rechnete mit dem Eintreten eines Sumoringers. Umso erstaunter war ich dann, als ich diese schlanke, junge Frau sah, die mit einer derartigen Entschlossenheit über das Parkett schritt. »Hallooooo, ich bin die Annemarie!«, rief sie fröhlich und streckte mir ihre Hand entgegen. Die typisch deutsche Betonung des »Hallos« auf der letzten Silbe war ihr selbst nach mehreren Jahren in Wien geblieben, aber die typisch österreichische Angewohnheit, vor Personennamen immer einen Artikel zu stellen, hatte sie bereits übernommen. Ich schüttelte ihre schmale Hand und wusste sofort: Mit Annemarie würde die Zusammenarbeit ein Riesenspaß werden.

Wir waren knapp zwei Jahre lang Arbeitskolleginnen und bald auch Freundinnen geworden, als Annemarie in die Nachhaltigkeitsberatung wechselte. Trotzdem blieben wir in Kontakt, da uns gerade das Nachhaltigkeitsthema verband.

Eigentlich mehr zufällig stießen wir eines Tages auf die Meldung eines Bio-Tamponherstellers, der über die Problematik konventioneller Tampons und Binden aufklärte. Dass diese Meldung unser Leben verändern und uns zu Unternehmerinnen machen

würde, hätten wir zum damaligen Zeitpunkt noch nicht gedacht. Es handelte sich um eine ganz harmlose Pressemeldung, auf die Annemarie bei ihren zahllosen Recherchen über nachhaltige Produkte im Internet gestoßen war. Eine britische Firma, die sogenannte »Bio-Tampons« herstellte, warnte darin auf recht reißerische Art und Weise vor herkömmlichen Tampons und Binden: Anstelle von biologischen Materialien würde in diesen böser Zellstoff verarbeitet, für welchen auf teils illegale Weise ganze Wälder gerodet würden. Dabei schockierte uns nicht nur die Tatsache, dass Tampons eigentlich aus Bäumen bestanden (Wer hätte das gedacht?), sondern vor allem auch, dass bei der Tamponherstellung jede Menge Chemikalien zum Einsatz kommen. Allmonatlich zu menstruieren, hätte somit nicht nur negative Auswirkungen auf die Umwelt, sondern möglicherweise sogar auf die Gesundheit von uns Frauen. Im ersten Moment hielten wir diese Pressemitteilung für reine Panikmache und konnten beziehungsweise wollten nicht glauben, was wir da lasen. Trotzdem ließ uns das Ganze nicht los und so begannen wir, nachzuforschen.

Tatsächlich bewahrheitete sich die eine oder andere Behauptung, aber mehr dazu später. Als nächstelangere Recherchen noch dazu ergaben, dass es vom Bio-Apfel bis zum Bio-T-Shirt schon in fast jedem Bereich mehrere nachhaltige Alternativen gab, außer im Bereich der Menstruation, war uns schnell klar: Irgendjemand muss diese Nische füllen. Für mich kam diese Idee wie gerufen, denn ich hatte schon zu Beginn meines Studiums davon geträumt, mich irgendwann selbstständig zu machen. Mir gefiel die Vorstellung, meine eigene Chefin zu sein und meine Visionen umzusetzen. Dieses »irgendwann« lag für mich allerdings nicht in der nahen Zukunft.

Dennoch hatte ich zu diesem Zeitpunkt als Projektleiterin bei dem Corporate-Sustainability-Verein, bei dem ich noch immer angestellt war, gerade ein Motivationstief und lechzte nach einer neuen Herausforderung. Insofern entfachte der Gedanke, ein neues Thema anzugehen, in mir ein gewisses Feuer. Gleichzeitig

beschäftigte sowohl Annemarie als auch mich die Frage, wie es denn sein kann, dass wir beide uns bis zu diesem Zeitpunkt (wir schrieben das Jahr 2010) noch nie Gedanken über die ökologischen und gesundheitlichen Auswirkungen von Menstruationsprodukten gemacht hatten.

Wir würden uns beide als klassische »Öko-Tanten« bezeichnen, die bei ihrem täglichen Einkauf recht penibel darauf achteten, was im Einkaufskorb landet und dass dies möglichst nachhaltig war. Ich erinnere mich an eine Situation im Supermarkt, als ich eine geschlagene halbe Stunde vor dem Kühlregal stand und mich einfach nicht für eine Butter entscheiden konnte, weil ich nicht wusste, ob die irische Bio-Butter nachhaltiger war als die heimische konventionelle oder als die pflanzliche Margarine, die jedoch Öle aus Übersee enthielt, oder ... Irgendwann wurde mir kalt und ich dachte mir: »Wenn ich mich jetzt hier im Supermarkt erkälte, ist auch niemandem geholfen.« Unfähig, mich zu entscheiden, kaufte ich am Ende gar keine Butter und aß am nächsten Morgen etwas missmutig mein trockenes Frühstücksbrot.

Genau solche Gedanken waren mir allerdings vor dem Regal mit der Damenhygiene (auf diesen Begriff komme ich später noch zu sprechen) noch nie gekommen. Noch nie hatte ich mich bis zu dem damaligen Zeitpunkt gefragt, woher die Rohstoffe für diese Produkte kommen, wie ein Tampon oder eine Binde hergestellt wird und welche (möglicherweise bedenklichen) Stoffe diesen Produkten noch zugesetzt werden. Wie kam es also, dass wir zwei Öko-Tanten noch nie über dieses Thema nachgedacht hatten?

Auch nach Annemaries Jobwechsel riss unser Kontakt wie gesagt nicht ab – ganz im Gegenteil. Durch Zufall stellten wir fest, dass eine ehemalige Studienkollegin von Annemarie meine beste Freundin war, und so verbrachten wir immer wieder mal einen lustigen Abend miteinander. Während vieler nächtlicher und teils feucht-fröhlicher Gespräche mit Freundinnen und Bekannten stellten wir schnell fest, dass nicht nur wir noch nie