

Charity-Ladys

Vom Glück, Glück zu teilen

Wohlstand, exzellente Kontakte und Erfolg: Vielen Unternehmerinnen in Hamburg genügt das nicht. Sie wollen Stadt und Gesellschaft etwas zurückgeben – und werden zu Vorbildern sozialen Engagements.

Sie ist seit 25 Jahren selbstständig im Kunst- und Kulturmanagement, erfüllt mit ihrer Firma „Air Wedding“ Hochzeitsträume und ist eine bekennende Charity-Aktivistin: Birgit Saatrübe. Die gebürtige Hamburgerin – äußeres Markenzeichen mindestens ein pinkfarbenes Accessoire – ist ein echtes Kommunikationstalent. „Man muss mit Engagement durchs Leben gehen“, sagt sie dazu – und bringt Menschen zusammen für den guten Zweck, sucht Sponsoren, entwickelt Konzepte und steckt alle mit ihrer Begeisterungsfähigkeit an.

Ihr Name steht in Verbindung mit der Stiftung Elbphilharmonie, dem Verein Dunkelziffer sowie dem Verein phönix. Vor allem aber für die NCL-Stiftung (NCL – Neuronale Ceroid Lipofuszinose), für die sie gerade erst im Februar die 11. Benefiz-Kunstauktion auf die Beine gestellt und im Chilehaus moderiert hat. Birgit Saatrübe kennt die Familie mit dem Sohn, bei dem Kinderdemenz (NCL) diagnostiziert wurde, eine schleichende und seltene Krankheit, bei der nach und nach der Körper seine Funktion einstellt.

„Von der Kinderdemenz wissen viele Menschen nichts. Die Forschungsarbeit an dieser Krankheit ist sehr wichtig“, begründet die Kauffrau ihr Engagement neben ihrem eigentlichen Job. Warum sie das macht? „Ich habe ein gutes Leben. Dieses gesellschaftliche En-

gagement ist ein absolutes Muss. Es macht mir Freude und gibt mir Zufriedenheit“, lautet die Antwort. Ihr Charity-Engagement soll übergehen an junge Menschen, die sie gezielt zu ihren Veranstaltungen einlädt: „Gute Ideen in den Köpfen junger Menschen verankern. Das verstehe ich unter Netzwerken.“

Die beiden ehemaligen Topmanagerinnen Annika Busse und Andrea Noelle tragen ähnliche Gedanken in sich – und verwirklichten

mit ihrem Start-up-Unternehmen beliya einen langgehegten Traum: Mit Handtaschen Gutes tun und dabei noch schick aussehen. Die beiden Mütter, die sich bereits seit der Schulzeit kennen, haben mit ihrer Firma ein Paradebeispiel für engagiertes Sozialunternehmertum geschaffen. Durch jeden Kauf einer hochwertigen Tasche wird der Schulbesuch von Kindern in Afrika ermöglicht. Name und Foto der Kleinen stehen nicht nur auf der Internetseite, sondern auch im Anhänger an jedem Produkt.

Die individualisierte und persönliche Hilfe machte die Taschen aus Designerstoffen und neuen Leder-Retouren von Sofas und Sesseln zu einem „Must-have“ in der Frauenwelt: Promis wie Verona Pooth, Mirja Du Mont und Barbara Becker sind hingerissen. „In den ersten 18 Monaten von beliya haben wir 1800 Taschen verkauft und über 300 Kinder unterstützt. Wir sind überwältigt von dieser Resonanz“, jubelt Annika Busse.

Die 34-jährige Mutter der vierjährigen Ava kann ihre Motivation für dieses Charity-Label klar umreißen: „Wenn es den Kindern gut geht, geht es auch den Müttern gut. Der Schulbesuch hilft Kindern in Entwicklungsländern, der Armut zu entkommen.“

Engagement, Wille, Unternehmensgeist und das herausragende Social Marketing brachten Andrea Noelle und Annika Busse den begehrten Marketingpreis der Stadt ein. Annika Busse: „Wir möchten andere Unternehmen ermutigen. Der Schritt in das Sozialunternehmertum lohnt sich.“

Hourvash Pourkian hat diesen Schritt längst getan. Sie versteht sich als Brückenbauerin und setzt auf kulturelle Gemeinsamkeiten zwischen Menschen aus verschiedenen Nationen. Mit ihrem Verein Kulturbrücke Hamburg setzt die gebürtige Iranerin seit 2007 unermüdlich und mit großem persönlichem Einsatz auf Toleranz und Integration der vielen Hamburger mit Migrationshintergrund.



CHARITY

Unter dem Motto „Billstedt trifft Blankenese“ bringt die Vorstandsvorsitzende mit ihrem Projekt „Switch Kids“ Kinder mit ausländischen Wurzeln aus sozial benachteiligten Stadtteilen mit ihren Hamburger Altersgenossen zusammen. Die Eindrücke aus dem Alltag der anderen werden in Tagebüchern festgehalten und sogar prämiert. „Ich hole Kinder in das aktive und wahre Leben. Eine Art lehrreiche Weltreise, die Offenheit und Transparenz für andere Kulturen schon früh prägt“, sagt die Gründerin der Markenlabel Shamo und Piano Due mit Maßkostümen für Businessfrauen. Mit „Switch Kids“ erreichte sie innerhalb von neun Jahren 950 Familien aus 75 Nationen. Finanziert von Sponsoren, die sie für die gute Sache gewinnen konnte.

Was sie antreibt? „An sich und die Projekte glauben. Ich bin das Gesicht des Vereins und kann Ideen voranbringen.“ Neuester Coup der

„Gute Ideen in den Köpfen junger Menschen verankern. Das verstehe ich unter Netzwerken“

Charity-Lady: Sie bietet Unternehmen ein Coaching an, mit dem sie die kulturelle Vielfalt ihrer Mitarbeiter ohne Vorurteile und zu ihrem Nutzen im Betrieb einsetzen können.

Bei „Switch Business“ treffen sich die Arbeitskollegen aus unterschiedlichen Ländern stets zu Hause, zum Beispiel beim gemeinsamen Kochen. „Dieser Rahmen schafft Verständnis für das Leben des Kollegen. Skepsis wird abgebaut, Faszination geweckt“, sagt Hourvash Pourkian und ergänzt: „Fremde sind Freunde, die wir noch nicht kennen.“ Hamburger Unternehmen wie Tchibo und Philips gehören bereits zu den Kunden dieser besonderen Begegnungsprozesse. ■

Nicola Sieverling
redaktion@hamburger-wirtschaft.de
Telefon 36138-305

Foto: Stelling



Für den guten Zweck: Die Kunst- und Kulturmanagerin Birgit Saatrübe engagiert sich in mehreren Stiftungen und Vereinen

Gerrit und Frederik Braun, Inhaber des „Miniatur Wunderland“

„Unser Berater hat von Anfang an im großen Maßstab gedacht.“

Jeder zweite Firmenkunde in Hamburg ist bei der Haspa.

Meine Bank heißt Haspa.

Haspa
Hamburger Sparkasse

firmenkunden.haspa.de