

#esuuberisach

Anne-Marlen, CEO von «maintenir»: «Diese Seife ist schlicht mehr wert»

Ein Miniunternehmen gründen und führen lautet die Vorgabe für den Wirtschaftsunterricht am Gymnasium Münchenstein. Fünf Schülerinnen und ein Schüler steigen in die Vermarktung von rezyklierter Hotelseife ein. Es wird ein mindestens dreifach gutes Geschäft.

Bernard van Dierendonck
Text und Foto

Der Markteintritt mit einem neuen Produkt ist nicht einfach. Vor allem wenn es sich um ein Allgemeingut wie Seife handelt und man es erst noch um einen fast neunfach höheren Preis verkaufen will. Im Vorfeld gilt es, einen Standplatz zu beantragen und die Miete zu bezahlen. Die Ware muss beim Produzenten abgeholt und dann in stundenlanger Handarbeit verkaufsfördernd verpackt werden. «Die vielen Stunden am Stand sind anstrengend», sagt CCO (Chief Creative Officer) Sanja, und CFO (Chief Financial Officer) Lena stimmt ihr bei: «Die meiste Zeit steht man hinter dem Ladentisch und wartet. Dabei hätten wir viel zu verkaufen und noch mehr zu informieren!»

Sanja und Lena haben ein Meeting in der Bibliothek des Gymnasiums Münchenstein mit ihren «maintenir»-Businesspartnerinnen Julia, Anne-Marlen und Zorea. Fabian, Partner Nummer sechs, hat sich für heute entschuldigt. Sie kommen aus drei verschiedenen Klassen des Schwerpunktfachs Wirtschaft und Recht und treffen sich jeweils am Donnerstag zum sogenannten Poolunterricht. Dieser Unterricht befasst sich mit der Gründung eines Miniunternehmens. Er findet in Zusammenarbeit mit der schweizerischen Organisation YES (Young Enterprise Switzerland) statt, einer Organisation, die jungen Menschen die Grundzüge des praktischen Wirtschaftens beibringen möchte. Im Münchensteiner Gymi entstehen in diesem Jahrgang zehn Unternehmungen. Die Geschäftsideen reichen vom Verkauf bedruckter T-Shirts über die Herstellung von Fruchtsäften bis zum Rösten und Vertrieb gesunder Granola-Müesli.

Keine Heimarbeit

«maintenir» hat sich etwas Besonderes vorgenommen. «Wenn wir schon so viel Zeit investieren, dann wollen wir auch etwas bewegen», sagt CEO Anne-Marlen. Zufällig zappte eine der Frauen in einer Wissenschaftssendung am Fernsehen in eine Reportage aus den USA. Dort wurden in Hotels gebrauchte Seifen eingesammelt und anschliessend zu neuen weiterverarbeitet.

Die Gruppe ist begeistert von der Idee und überlegt sich, ob sie das zu Hause auch selber machen könnten. Doch wie sollen sie in Mutters oder Vaters Küche Hunderte, ja Tausende Kilogramm angebrauchte Hotelseifen zerkleinern, schmelzen, formen und verpacken? Wie sollten sie den erforderlichen hygienischen Anforderungen genügen? Sie googeln weiter und stossen auf «SapoCycle», eine NGO, die eben genau dieses Seifenrecycling in Basel betreibt!

SapoCycle sammelt in den Vier- und Fünfsterhotels der Schweiz und dem nahen Ausland die 25 bis 50 Gramm leichten Seifchen ein und bringt sie zum WohnWerk – einer geschützten Werkstatt für Menschen mit Behinderung. In der Werkstatt wird das Sammelgut mit einer Küchenma-



Diese Seifen tun Gutes. Dafür sorgen die Businessfrauen: (v. l.): CFO Lena, CEO Anne-Marlen, COO Julia, CCO Sanja, CMO Zorea. Gymnasium Münchenstein, BL.

schine zerhackt, geschmolzen und erneut zu Handseifen geformt. Die NGO stiftet die neuen Altseifen für wohltätige Zwecke an Organisationen wie das Rote Kreuz. In Entwicklungsländern sollen die Seifen vor allem Kinderleben retten. Die Organisation erklärt, dass simples Händewaschen wie eine Selbst-Impfung wirkt und die Kindersterblichkeit wegen Durchfallerkrankungen und Infektionen der Atemwege drastisch – um fast 50 Prozent – verringert. Händewaschen mit Seife ist somit wirksamer als manche Impfkampagne oder isolierte Initiativen für sauberes Trinkwasser! Es ist zwar nicht so, dass in diesen Ländern Seife ein unbekanntes Gut ist. Doch wird Seife eher für das Waschen von Kleidern, von Geschirr oder für die Ganzkörperpflege verwendet und nicht zum regelmässigen Händewaschen. Besonders fatal: Oft wird die Seife nach dem Gebrauch sicher vor Kinderhänden in einem Schrank aufbewahrt.

Recycling vermindert den CO₂-Ausstoss

Wie die Gründerin von SapoCycle, Dorothee Schiesser, erläutert, hat ihre Seifeninitiative noch einen weiteren Pluspunkt. Dank dem Recycling hilft das Projekt, den Energieverbrauch und den CO₂-Ausstoss zu vermindern. Wie sie im Rahmen einer Masterarbeit von Experten der Fachhochschule Nordwestschweiz berechnen liess, würde die Entsorgung von Seife in der Kehrrichtverbrennungsanlage ungefähr gleich viel CO₂ ausstossen, wie wenn man dieselbe Menge an Benzin verbrennt. Beim Recyclingprozess ist der Ausstoss um das Zehnfache geringer. Ausserdem beinhaltet handelsübliche Seife einen hohen Anteil an Palmöl, dessen Anbau mit dem Roden grosser Urwaldflächen einhergeht. Somit ist es doppelt sinnvoll, diesen Rohstoff nicht ungenutzt zu verbrennen.

«Um den CO₂-Ausstoss niedrig zu halten, verschiffen wir unsere Seife kombiniert mit anderen medizinischen Gütern der Hilfswerke zum Beispiel nach Kamerun», erklärt Dorothee Schiesser. Ein grosser Teil

«maintenir» ist optimistisch: Nächstes Schuljahr soll ihre Seife Gewinn bringen.



der Recycling-Seife geht auch zu bedürftigen Menschen in Osteuropa oder wird direkt in der Schweiz via die Organisationen «Tischlein deck dich» und «Schweizer Tafel» an Menschen in Not verteilt. Bisher arbeitet SapoCycle mit über 100 Hotels zusammen und hat bereits 6,3 Tonnen Seifen eingesammelt und aufbereitet. Als die SchülerInnen bei SapoCycle anklopfen, rennen sie offene Türen ein. «Die Organisation war auf der Suche nach einem Partner, der ihre Initiative in der Region bekannter machen würde», erinnert sich Chief Operating Officer (COO) Julia. Und so entsteht das Geschäftsmodell für den Verkauf von Recycling-Seife. Das Konzept ist einfach: Die Jugendlichen kaufen die Seife bei der Organisation ein und verkaufen sie auf Märkten und demnächst auch online weiter. CEO Anne-Marlen: «Wir wollen die Seife nicht unter dem Namen SapoCycle verkaufen, sondern unter unserem eigenen Label. Wir geben ihr so einen Mehrwert.» Sie entwerfen ein ökologisches Verpackungskonzept. Die Seifen mit neutralem oder Zitronengeschmack werden in Wellkarton eingepackt, Etiketten mit dem Firmenlogo und einem individuellen Spruch wie #esuuberisach, #theBetterSoap oder #IchHaDich-Lieb gestempelt, herzlich gestanzt und mit einer Packschnur kunstvoll ans Seifenpäckli geknüpft.

Noch ist es ein Hobby

Der Firmenname «maintenir» könnte vieldeutiger nicht sein. Darin findet sich die Hand und das Halten der Seife, aber auch der Unterhalt, das Fortsetzen, Stützen, Aufrechterhalten ... alles Umschreibungen, die perfekt

sie noch schmunzeln: «Anfangs waren sie so begeistert vom Produkt, dass sie mit der potenziellen Kundschaft lieber endlos diskutierten, statt geschäftstüchtig die Seifen an die Frau oder den Mann zu bringen.» Die «maintenirs» sind einsichtig, und bald rollt der Seifenverkauf an. Bis heute haben sie mehr als die Hälfte der Nutzscheile von 481 Seifen verkauft. Und dies obwohl die Seifen mit einem Stückpreis von happigen 9.50 Franken um ein Vielfaches mehr kosten als handelsübliche Hartseifen. Für Jugendliche oder junge Erwachsene unter 30 Jahren ist das entschieden zu teuer, darum konzentrieren sich die JungunternehmerInnen auf «achtsame Menschen ab 40 Jahren aus der Mittel- bis Oberschicht».

Auf dem Markt wird nicht nur verkauft, es werden auch Kontakte geknüpft. Zwei Basler Geschäfte bekunden Interesse. Während der eine Inhaber den Preis zu stark drücken möchte, werden sie mit dem eben erst in Basel gegründeten No-Waste-Laden «Abfüllerei» handelseinig. Dieser führt nun die Recycling-Seifen im Sortiment.

Eine saubere Sache?

Wiesteht es eigentlich um die Hygiene der Seife? Immerhin haben mit der Hotelseife bereits andere Menschen die Hände gewaschen. Finden das potenzielle Kunden nicht unappetitlich? «Erstaunlicherweise interessiert das kaum jemand», sagt CCO Sanja. SapoCycle garantiert die saubere Qualität, und die wird regelmässig auch von offizieller Stelle überprüft. Die CCO weiss, dass eine Hartseife eigentlich eine sehr saubere Sache ist. Bakterien dringen nicht ins Innere vor. Wenn überhaupt sind sie nur in der äussersten Schicht vorhanden. Ein kurzes Abwaschen genügt, und schon ist die Seife keimfrei.

Ganz anders ist dies bei der omnipräsenten, zum grössten Teil aus Wasser bestehenden Flüssigseife, ergänzt COO Julia. Durch die Öffnung des Dispensers können Bakterien einfach eindringen und sich in der Flüssigkeit ausbreiten.

Noch geht es in der Bibliothek um Detailfragen des Geschäftsalltags. Die CFO Lena sammelt von Privatverkäufen eingegangenes Geld ein und notiert die Beträge in eine Excel-Tabelle. COO Julia informiert über die anstehenden Auftritte an Märkten und Messen. Das Team ist eingespielt und freut sich auf das zweite Geschäftsjahr nach den Sommerferien. Das letzte Traktandum ist das Foto für diesen Artikel. Zusammen entscheidet man sich für eine Fotosession in der Turnhallendusche des Gymnasiums. Diese ist zum Glück leer. Dem kreativen Posieren steht eigentlich nichts im Weg. Mal lachend, mal nachdenklich. Jetzt mit einer Seife, dann mit vielen. Mal hoch, dann quer. Die Stimmung ist fröhlich und kreativ, bis plötzlich eine strenge Stimme unterbricht: «Was soll das hier?», fragt der Turnlehrer forschend und schaut den Fotografen vorwurfsvoll an, «wo ist die Genehmigung für diesen Fototermin?» Ein LAO (Legal Advice Officer) fehlt leider noch im Team von «maintenir». Wir erklären uns und verlassen verstohlen grinsend die Dusche. Die Lektion von heute: Ohne Risiko kommt keine Geschäftsidee auf einen grünen Zweig. Das Bild ist im Kasten.

Infos: main-tenir.ch