

Geschenktes Glück: Wie aus sozialem Engagement ein Unternehmen wird

Wenn nur die Stimme bleibt

Das Familienhörbuch ermöglicht sterbenskranken Müttern und Vätern, eine Audiobiografie als Erinnerung zu hinterlassen.

Ein trüber Tag in der Eifel im November 2020: Christina Dütting sitzt mit Mikrofön am Esstisch und nimmt ihre Lebensgeschichte auf. Die Mittreißigerin mit den roten Haaren ist unheilbar an Krebs erkrankt. Sie möchte ihren drei Kindern Paul, Emma und Anna und ihrem Mann Olli ein letztes Geschenk machen: ein persönliches Hörbuch. So überlebt ihre Stimme, auch wenn sie selbst irgendwann nicht mehr da ist. Um die vielen Stationen ihres Lebens aufzuspüren, sitzt Dütting im Wochenendhaus von Judith Grümmers. Die Hörfunkjournalistin und Audiobiografin hilft ihr bei der Aufnahme. Mit ihrem Familienhörbuch ermöglicht Grümmers sterbenskranken Müttern und Vätern mit minderjährigen Kindern die Erstellung einer professionellen Audiobiografie. „Die Stimme ist etwas ganz Individuelles und Besonderes“, sagt die 62-Jährige. „Aber sie ist auch das Erste, das nach dem Tod vergessen wird.“ Das Familienhörbuch ist ein Zukunftsgegenstand für die Nachwelt. Erinnerung und Trost zugleich.

Grümmers soziale Initiative ist europaweit einzigartig. Die Familienhörbuch gGmbH, deren Geschäftsführerin und Gesellschafterin sie ist, ist eine gemeinnützige Organisation mit Sitz in Köln. Das Angebot für die Projektteilnehmer – so nennt Grümmers die Men-

„Die Stimme ist etwas ganz Individuelles und Besonderes.“

schen, die zu ihr kommen – ist kostenlos, zeitnah und unbürokratisch. Kriterien dafür, dass man ein Hörbuch aufnehmen darf, sind eine palliative Erkrankung und minderjährige Kinder. Erinnerungen, Liebesbriefe, unausgesprochenes – das alles wird mit der dem Kind so vertrauten Stimme erzählt und hinterlassen. Mit dem Familienhörbuch können die Angehörigen den geliebten Menschen immer hören und sich ihm nahe fühlen. „Heute wissen wir, wie bedeutsam das Familienhörbuch für die Betroffenen auf ihrem schweren Weg



Als Hörfunkjournalistin begleitet sie Sterbende: Judith Grümmers.



Christina Dütting spricht ihr Leben in ein Mikrofon. Das Hörbuch macht sie für Angehörige lebendig, auch wenn sie nicht mehr ist.

des Abschiednehmens ist. Und wie kostbar es für die ist, die zurückbleiben“, sagt Grümmers.

Schon als junge Frau beschäftigte sich die Initiatorin und Journalistin beruflich mit dem sie so bewegenden Thema Palliativmedizin. Als Grümmers später selbst Mutter von drei Söhnen (heute 27, 31 und 33) wurde, drängte sich ihr die Frage auf: Was würde ich machen, wenn ich selbst krank bin? So entstand die Idee, dass Kranke etwas für ihre Lieben aufnehmen. 2004 begann Grümmers als Nebenjob damit, Familienhörbücher zu produzieren – damals allerdings ausschließlich für zahlende Senioren. Doch einigen Jahren spürte sie, dass der Zeitpunkt gekommen war, die Zielgruppe zu ändern: in Eltern mit heranwachsenden Kindern. „Es sind Menschen, die noch keine Spuren hinterlassen haben und die es plötzlich trifft.“ Sie steckte gerade mitten im

Aufbau des neuen Projekts, als ihr Mann 2014 die Diagnose unheilbarer Krebs erhielt. Drei Jahre lang begleitete sie ihn durch seine Erkrankung, ehe sie 2017 das Familienhörbuch gründete. Wissenschaftlich begleitete Professor Lukas Radbruch, Direktor der Klinik für Palliativmedizin der Universitätsklinik Bonn, das Vorhaben. Im März 2020 lief die Anlaufförderung der Rheinenergie-Stiftung Familie aus. Seitdem finanziert sich die gemeinnützige gGmbH über engagierte Sponsoren und Förderer. Bei Crowdfunding- und Spendenaktionen kamen vergangenes Jahr rund 250.000 Euro zusammen. Grümmers langfristiges Ziel ist es, das Familienhörbuch bundesweit als therapiebegleitendes Angebot zu etablieren.

Etwa 6.000 Euro kostet es, ein Familienhörbuch zu produzieren. „Ein Familienhörbuch ist ein Kunstwerk, eine dramatur-

gische Inszenierung“, erklärt Grümmers. Für die inhaltlich und künstlerisch durchkomponierte Audiobiografie braucht es etwa 100 Arbeitsstunden. Das eigene Leben ist dann in sechs bis 15 Stunden Laufzeit nachzuhören. Viele Teilnehmer nehmen das Hörbuch außerhalb des eigenen Zuhauses auf, wenn nötig, kommt das Team auch auf die Palliativstation. „Es ist von Vorteil, wenn man sich für die Aufnahme, die in der Regel drei Tage dauert, aus dem Alltag herausnimmt“, erklärt Grümmers. 2020 haben Grümmers und ihr rund 40-köpfiges Team insgesamt 55 Familienhörbücher bundesweit produziert. Inzwischen erreichen die Hörbuch-Experten schon Anfragen aus Österreich, Belgien, den Niederlanden und Korea.

Insbesondere Menschen zwischen Mitte 30 und Mitte 40 mit unheilbaren Krankheiten

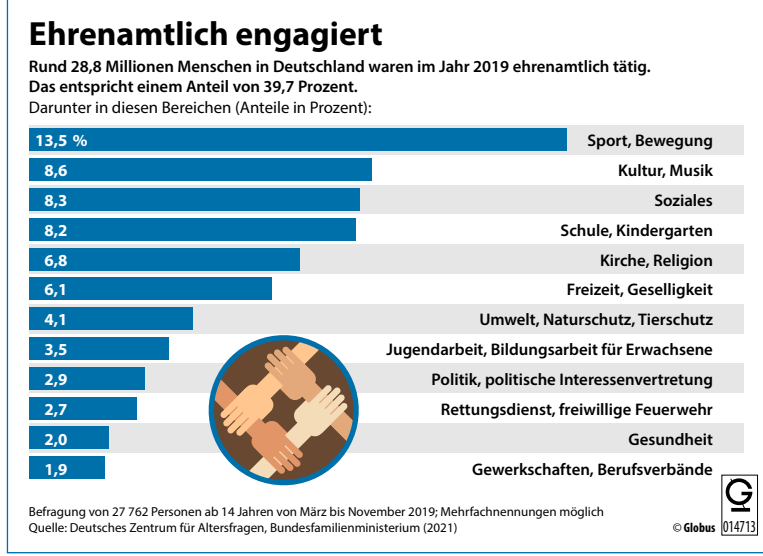
meinsam als Familie anzuhören.“ Und nicht als Stimme aus dem Jenseits. Ohnehin gehe es im Hörbuch nicht ausschließlich um das Sterben, sondern vielmehr um „das Feiern des Lebens“. Das Hörbuch erzählt vom Leben – vom schönsten Erlebnis in der Kindheit, der ersten Liebe oder den Flitterwochen. Die tödliche Krankheit nimmt nur einen Teil der Gesamtkomposition ein. „Das Hörbuch ist ein Stück Zeitgeschichte.“ Erzählen und Zuhören drücke Wertschätzung aus. „Wir sind tief im Schicksal und in der Lebensgeschichte der

„Es geht nicht ums Sterben, sondern ums Feiern des Lebens.“

Menschen drin“, sagt Grümmers. Daher erhalten Teilnehmer und Team nach Bedarf auch wissenschaftliche Begleitung, zum Beispiel durch Psychologen. „Mitfühlen, aber nicht Mitleiden“ nennt die 62-Jährige ihren Weg, um mit den schweren Schicksalen umzugehen.

Schicksale wie das von Christina Dütting. Heute, acht Monate nach der Hörbuch-Aufnahme, befindet sich die 36-Jährige in einer „schwierigen Phase“, wie sie selbst sagt. Die Metastase in ihrem Kopf ist gewachsen. Es gibt keine weitere Behandlung mehr, die Ärzte können nur noch beobachten. Trotzdem versucht Dütting die kräftezehrende Zeit positiv zu meistern. Diesen positiven Schwung kennzeichnet auch ihr Familienhörbuch: Von den 52 Kapiteln über ihr Leben handeln nur zwei von der Diagnose und der Krankheit. Ihre große Tochter (13) und ihr Mann haben schon etwas angehört – einzelne Kapitel. Die beiden kleinen Kinder (5 und 9) noch nicht. „Es ist für die Zeit danach gedacht“, erklärt Dütting. Ihr ist bewusst, wie kostbar dieses Geschenk für ihre Familie einmal sein wird. „Ich habe riesengroßes Glück, dass ich das Hörbuch machen durfte“, sagt sie voller Freude. Denn ihre Stimme, sie wird bleiben.

Weitere Informationen und Spendenmöglichkeiten unter familienhoerbuch.de. Vera König



Boss mit Down-Syndrom

Marian und Tabea Mewes teilen in ihrem Geschwister-Blog „Not just down“ ihren Alltag.

Tabea Mewes sitzt auf gepackten Kisten. Mal wieder. Die 31-Jährige arbeitet die vielen Bestellungen ab, die über den Onlineshop hereinkommen. Sie ist stundenlang mit Verpacken und Verschicken von Postkarten-Sets, Pullovern, T-Shirts und Taschen beschäftigt. Nachmittags und abends hilft ihr Bruder Marian, wenn er bei seinem Hauptjob in der Kita Feierabend hat. Der 23-Jährige, der von allen nur Mari genannt wird, hat das Down-Syndrom. Die beiden Geschwister aus Schloß Holte-Stukenbrock (Nordrhein-Westfalen) betreiben einen Online-Shop, der alles andere als gewöhnlich ist: Weil Tabea und Mari zeigen wollen, dass das Leben von Menschen mit Down-Syndrom alles andere als down ist, haben sie 2017 das soziale Projekt „Not just down“ ins Leben gerufen – und damit inzwischen ein Label mit mehreren Tausend Followern in den sozialen Medien aufgebaut.

„Not just down“ ist ein sehr persönlicher Blog auf Instagram, Facebook und der Website notjustdown.com, auf dem die Geschwister viel von ihrem Alltag zeigen, zusätzlich öffnen sie ein-

bis zweimal im Jahr ihren Pop-up-Onlineshop auf der Homepage. Für Tabea ist „Not just down“ längst kein Ehrenamt mehr. Mit 50 bis 60 Stunden Arbeitszeit pro Woche ist sie zur Unternehmerin geworden. Dass sich ihre Initiative einmal zum florierenden Business entwickelt, hatten weder Tabea noch Mari gehahnt. Angefangen hat alles unscheinbar: mit einer Masterarbeit. Die damalige Studentin hat ihr Herzenthema mit der wissenschaftlichen Arbeit verknüpft. Ihr war die defizitorientierte Berichterstattung über Menschen mit Behinderung ein Dorn im Auge. In ihrer Masterarbeit „Bewusstsein generieren durch Social Marketing“ entwickelte die Studentin daher die Idee für eine Initiative, die ein anderes Bild von Menschen mit Down-Syndrom zeichnet. Das äußerste private Projekt startete 2017. „Geschwister-Blogs gab es bis dato noch nicht, nur solche aus der Elternperspektive“, berichtet Tabea Mewes. Anfangs veröffentlichte sie nur über ihren privaten Account, schnell und ungeplant wurde die Online-Initiative zum Selbstläufer. Auf ihrer Haupt-Plattform Instagram haben Tabea und Mari inzwischen rund 60.000 Follower.



„Social Media sind super, um die Leute zu erreichen.“ Tabea fungiert als Maris Sprachrohr. Die 31-Jährige ist die Ideengeberin, der 23-Jährige besitzt jedoch bei allem die Entscheidungshoheit. „Mari ist die Hauptperson und der Motor. Er ist der Boss“, erklärt Tabea. Zu den privaten Einblicken gehören Höhen und Tiefen gleichermaßen. In Deutschland herrsche – trotz aller Fortschritte in den vergangenen Jahrzehnten – ein sehr exkludierendes System vor, kritisiert Mewes.

Es gibt nur wenige Orte, an denen sich Menschen mit und ohne Behinderung im Alltag selbstverständlich begegnen. So war es lange auch bei Mari. Als Kind besuchte er zwar eine Regel-Grundschule, danach war es mit der Inklusion vorbei. Er wechselte auf die Förderschule bis zum Ende der 13. Klasse, einen offiziellen Abschluss erhält man dort nicht.

Umso mehr freut es Tabea, dass Mari durch „Not just down“ viel Zuspruch erfährt. „Mari steht im Fokus, die Menschen interessieren sich für ihn und seine Geschichte.“ Dadurch veränderte sich sogar seine Persönlichkeit.

Geschenktes Glück
Über diese Serie
Sie leisten einen wertvollen Dienst für die Gemeinschaft: Der Wirtschaftskurier stellt von dieser Ausgabe an soziale Projekte vor, aus denen ein regelrechtes Unternehmen geworden ist. Wir präsentieren die Initiativen online unter www.wirtschaftskurier.de sowie in den nächsten Printausgaben. Sollten Sie auch ein bundesweit beachtenswertes Projekt kennen, über das es sich zu berichten lohnt, senden Sie uns eine Mail mit den wichtigsten Fakten an: koenig@weimermedia.de

Advertorial

Mit Händlerfinanzierungen den Verkaufsturbo starten

Lieber 16.000 Euro sofort oder 390 Euro monatlich zahlen? Die Antwort auf diese Frage fällt meist sehr eindeutig zugunsten der kleinen Leasingrate aus. Händler oder Hersteller können den Verkaufsturbo anwerfen, wenn die Finanzierung direkt mit der Investition mitangeboten wird.

Viele kennen die Möglichkeit der Finanzierung für die eigenen Kunden aber noch viel zu wenige beschäftigen sich näher damit. Vorbehalten liegen meist in der Annahme, eine Finanzierung zum eigenen Produkt mitanzubieten, sei zu kompliziert. Richtig ist aber, dass wenige einfache Schritte zum Abschluss einer Finanzierung führen. Der Vertriebsmitarbeiter oder -mitarbeiterin erfasst lediglich ein paar festgelegte Daten und erhält bei Finanzpartnern, wie der abcfinance, binnen Minuten über ein passwortgeschütztes Portal oder eine App eine Entscheidung darüber, wie die Finanzierung abgeschlossen werden kann. Dann wird die Unterschrift eingeholt und – fertig! Damit wird die Chance erhöht, dass das Verkaufsgespräch mit einem Abschluss statt mit Bedenkzeit aufgrund des Kaufpreises endet. Eine Finanzierung kann also durchaus den Umsatz steigern.

Ein gutes Beispiel dafür, wie wirksam der Verkauf mitamsam Finanzierung sein kann, ist das Unternehmen RKV Registerkassenvertrieb GmbH aus dem ostthessischen Fulda. RKV vertreibt Kassensysteme, EC-Cash Terminal und Software für Gastronomie und Hotellerie. „Obwohl der Staat in der Corona-Zeit umfangreiche Hilfen für die Gastronomiebetriebe angeboten hat, ist die Situation

dort im Hinblick auf die Liquidität sehr angespannt. Viele haben keine Hilfen erhalten und teils kamen die Förderungen sehr spät. Darüber hinaus ist vielerorts auch noch offen, ob und wie viel zurückgezahlt werden muss, ist“, erklärt Nicolai GÜnder, RKV-Geschäftsführer. Da seien seine Kunden für eine Leasingfinanzierung sehr dankbar. „Ich rate meinen Kunden immer zu einer Leasingfinanzierung, weil sie so ihre liquiden Mittel schonen können und am besten auf dem neuesten technischen Stand bleiben. Im Registrierkassenbereich gibt es immer wieder gesetzliche Änderungen. Da ist es von großem Vorteil, wenn man nach ein paar Jahren zu einem neuen System wechseln kann. Diese Flexibilität hat man zum Beispiel beim Kauf nicht.“ Was die Finanzierung für seine Produkte angeht, arbeitet der Händler seit etwa 20 Jahren mit abcfinance zusammen. Und das hat er nicht bereut. „Über die Finanzierungen habe ich mehr Umsatz. Die Kunden greifen einfach schneller zu.“ Ein neues Kassensystem kostet je nach Umfang und Ausstattung zwischen 3.000 und 15.000 Euro. „Da ist eine kleine Rate schnell sehr attraktiv, weil die Kunden diese aus den laufenden Einnahmen decken können.“ Neben dem höheren Umsatz freut er sich vor allem darüber, dass er nicht mit hohen Ausständen kämpfen muss. „Nach der Inbe-



Silke Hinz, Geschäftsführerin der abcfinance advise GmbH



Nicolai GÜnder, RKV-Geschäftsführer

triebnahme beim Kunden habe das Geld schnell auf dem Konto.“ freut sich Geschäftsführer GÜnder. Finanzierungen für Kunden bieten also auch noch einen echten Liquiditätsvorteil für den Händler.

Ein weiterer Grund, warum man sich als Händler oder auch Hersteller mit dem Thema Leasingfinanzierungen für Kunden beschäftigen sollte, liegt in der Tatsache, dass sich in einem Leasingvertrag zusätzliche Services integrieren lassen. Das Produkt wird dann zum Beispiel inklusive Service, Wartungen, Reparaturen und Austausch vertrieben. Ein Full Service-Argument, das viele Kunden sehr attraktiv finden. Der Aufwand hierfür wird in den Finanzierungsbetrag inkludiert und sofort an den Händler bzw. Hersteller ausbezahlt.

Wie für Nicolai GÜnder von RKV ist das Thema „Verkauf mit Finanzierung“ auch für viele anderen Händler oder auch verkaufende Hersteller eine Erfolgstory. Silke Hinz, Geschäftsführerin der abcfinance advise GmbH, ist Expertin in dem Bereich Absatzfinanzierung. „Wir erleben regelmäßig bei den Händlern und Herstellern, die eine Finanzierung zu ihren Produkten mit anbieten, einen Umsatzanstieg. Gerade in Zeiten knapper liquider Mittel, kann eine Finanzierung das entscheidende Argument für ein Geschäft sein.“