

Berliner Typen

NACHRUF Menschen, die sich gegen den Lauf einer kapitalkranken Gesellschaft stemmen, haben Wilhelm Pauli fasziniert – wie alles Eigensinnige, Mutige, Widerständige. Von seinen Streifzügen durch Berlin hat er uns zuletzt fünf einfühlsame Porträts von Existenzgründern mitgebracht. Am 1. März ist Wilhelm Pauli in Berlin gestorben. Er wird uns fehlen.

Von **Wilhelm Pauli**, Autor und Publizist in Berlin (1945–2016) – Foto: Stephan Pramme

Es soll 160 000 kleine und kleinste Unternehmen allein in Berlin geben. Nichts Genaues weiß man nicht. Auch die IHK nicht. Wo schiebt sich eine neue Solo-Selbstständigkeit aus der Frustration eines ungeliebten Verwaltungsjobs? Wer tarnt die roten Zahlen mit einer nebenher abgerungenen Halbtagsbeschäftigung? Wie viele schmelzen ihr Angespartes ab in der Hoffnung auf den Durchbruch? Wie viele strapazieren den guten Willen und die Börsen der Angehörigen bis zum traurigen Finale?

So unterschiedlich die Anlässe der Frauen und Männer sind, sich ins Haifischbecken des kapitalistischen Marktes zu stürzen, sie alle sind gut gebildet und von mancherlei Begabungen getrieben. Vor allem aber haben sie eine große Liebe zu dem, was ihnen vorschwebt. Die sie anspornt, auch die größten Hürden zu überwinden. Oder wenigstens zu übersehen. Doch ganz lässt sich, wie im richtigen Leben, keiner in die Karten schauen. Aber fragt man sie ein bisschen hartnäckiger zum Stande ihrer sozialen Versicherungen, bekommt man ein Gespür für die Fragilität des Eises, auf dem die Entrepreneure sich bewegen. Wenige bluteten sich in unglaublicher Disziplin aus. Aber vielen bleibt doch nichts, als in unerschütterlichem Optimismus an eine erträgliche Zukunft der eigenen Spitzenidee zu glauben. Oder gar keine Zeit, sich „auch noch mit dem Kram zu beschäftigen“.

Das ist auch ein Problem für eine gewerkschaftliche Politik gegenüber der zunehmenden Zahl prekärer Existenz. Die zu organisieren ist schwieriger, als den berühmten Sack Flöhe zu hüten. Denn unumstößlich ist in ihnen der Wille gewachsen, „selbst etwas zu machen“. Mit eigenen Händen. „Unabhängig.“ Den Lebensgenuss aus der geschäftsformigen Gestaltung der Individualität zu ziehen.

Die Verführerin

Die Eltern von Naciye Kilic, 41, kamen aus Anatolien. Sie ist Berlinerin. Genauer: Kreuzbergerin. Das ist ihr wichtig. Sie ist seit über 20 Jahren selbstständig. Dafür hat sie sich entschieden, wollte ihr Leben nicht in einem Amt „vergeudeten“. Zuerst hat sie Secondhand-Klamotten verkauft. Vor fünf Jahren ist sie ins Genussfach gewechselt. Da gehört sie fraglos auch hin. Sie hat ihren Laden feiner Schokoladen „Sünde“ genannt. Aus gutem Grund: Immer wieder belauschte sie Damen, die Kuchen und Schokoladen hemmungslos in sich hinein-

stopften, um hinterher in das Wehklagen „Ich habe wieder gesündigt“ auszubrechen. Dem musste positiv entgegengetreten werden. Sündigen macht Spaß, so sollte es sein. Aber gibt es nicht schon überreich Schokolade am Markt, und was ist das Besondere ihrer Ware? Es kommt auf das ganze Ensemble an. „Du kannst die beste Schokolade der Welt haben, den besten Kakao, alles Bio. Aber wenn da ein unglücklicher Mensch im Laden steht, kannst du alles vergessen.“ Die Liebe, die du zu deinem Leben hast, zu deinem Laden, zu deiner Selbstständigkeit, zu deiner Ware, die muss durch dich hindurch auf der Kundenzunge schmelzen. Fasse ich zusammen.

Naciye Kilic ist in die Schokolade gezogen wie andere in den Krieg. Einen Hygiene-Kurs hat sie gemacht, das war's. Moneten vom Staat hatte sie nie. Ihr Lädchen ist hergerichtet, so wie es der Berliner mag: ein Wohnzimmer, schräg und urgünstlich, hart am Kitsch. Also Kunst. Von hier ging der nette, wenn auch völlig logikfreie Spruch „Schokolade ist die Antwort Gottes auf Brokkoli“ in die Welt hinaus. Hier wird den ganzen Tag heiße Schokolade geschlottzt, von erwachsenen Menschen! Und das in SO36, dem Schauder- und Horrorviertel für die Provinz und den bürgerlichen Berliner Westen. Gleich neben dem Punk-Schuppen SO36, wo auch die Toten Hosen mit „Ficken, Bumsen, Blasen/alles auf dem Rasen“ ihre Karriere befeuerten.

Symbolisiert „Sünde“ ein neues Kreuzberg? Quatsch, Quatsch, Quatsch, das ist das gute alte Kreuzberg, wie es immer war. Es ist mit Vorurteilen behängt. Es gibt hier eine „totale Vielfalt, Kreativität und Menschlichkeit“, und „Sünde“ ist ein Teil davon. Gerade ist Naciye mit dem Durchbruch einer neuen Idee beschäftigt. Sie will in ihrem kleinen Laden eine große Talkshow etablieren. Mit Kreuzbergern für Kreuzberger. Nachbarn, die sich kennenlernen sollen. Eingestreute Promis aus der Gegend, die eh schon bei ihr kaufen. Leute aus dem Fernsehen, die man kennt. Aus Buch und Bauer, zum Beispiel. Dann werden Fernsehstationen auf den Knien anrutschen, um ihre Show – von Naciye moderiert – in ihrem Laden übertragen zu dürfen. So wird es sein.

www.chocolateria-suende.de

Vier weitere kleine Unternehmungen voller Charme und mit dem Mut zum Risiko stellen wir unter www.magazin-mitbestimmung.de vor.



Chocolateria-Unternehmerin
Naciye Kilic: Die Liebe zur Ware
muss durch dich hindurch.

Die Fliegenfischer

Als Ole Rogowski, 32, drei oder vier Jahre alt war, nahm ihn sein Opa mit zum Angeln. Der Opa schaute aufs Wasser, der Ole auf den Opa. Was er sah, gefiel ihm: Die Ruhe, die männliche Gelassenheit, die Natur drumherum. Einen ersten Fisch fing er auch. Da blieb er dabei. Als er 17 war, begann er mit dem Fliegenfischen.

Nach seinem Studium der Soziologie, Politik und Geschichte verspürte er keinerlei Lust auf den Wissenschaftsbetrieb. Er belohnte sich für seinen Abschluss mit einer Reise an die Gewässer der USA und Kanadas und bestaunte die professionelle und alle Bedürfnisse der Angler abdeckende Angelkultur. Davon etwas nach Hause zu bringen und zu einem kleinen Unternehmen zu formen, war das Ergebnis der Exerzitien am Wasser. Mit Partner Simon Stäblein ging er Mitte 2013 an den Start und gründete die Firma Flyrus.

Ein kleiner Exkurs zum Fliegenfischen ist unerlässlich: Der Fliegenfischer hält nicht wie der dumbe Angler sein Gerät von der Brücke und vespert bis es unten zuckt. Er muss erst eine Rutenfertigkeit erwerben, die nicht nur schöne Kurven in die Luft überm Gewässer zeichnet, sondern mit diesen Schwüngen den vermuteten Stand der Fische genau trifft. Dies lernt der Interessent in Trockenkursen. Beispielsweise auf einem kleinen Sportplatz. Nun aber muss die Kenntnis der Fischnatur hinzutreten: Welche Leckerbissen,

Fliegen, Maden, Larven, Heuhüpfer wollen welche Fische zu welcher Zeit? Rogowski und Stäblein begannen ein so langwieriges wie tiefgründiges Studium. Dessen Ertrag sie heute in ihren Kursen weitergeben. Dazu kommt, dass der ausgewiesene Fliegenfischer seine Köder, die Leckerbissen, selbst baut. Er imitiert die Kleinlebewesen aus Stoffresten, bunten Fäden, flirrendem Lurex, dünnem Draht, was eine ganz eigene Ästhetik entfaltet, die offenbar auch die Fische überzeugt.

Das alles lernt man bei Flyrus. In Basiskursen, zwei Tage zu 150 Euro, in Billig einführungen oder in geführten Annäherungen an echte Gewässer. Zunehmend wollen die Beiden auch Komplett pakete der Ausrüstungen verkaufen und ins Programm eines Erlebnis-Veranstalters schlüpfen. Das würde dann auch den Aktionsradius in Deutschlands sanft ruhende Seen und wilde Wasser weiten.

Leben können sie davon noch nicht. Etwa halbtags fahren sie für einen gastronomischen Großhandel Speiseöl aus. Da haben sie Glück gehabt mit ihrem Zeitmanagement. Chef sagt: Fliegenfischen geht vor! ■

www.fliegenfischen-berlin.de



Simon Stäblein und Ole Rogowski (v.l.) beim Fliegenfischen in der Rummelsburger Bucht bei Berlin



Die Aufschneiderin

Die Wursttheke der Silvia Wald, 35, in ihrem Geschäft „Aufschnitt“, in Berlin Friedrichshain, braucht sich hinter keiner KDW-Schlemmertheke zu verstecken. Lecker, lecker, würde man sagen, zum Reinbeißen! Und diese ewig währende Frische! Indes: Die Wurstwaren sind textiler Natur. Genäht, gehäkelt, gestrickt.

Silvia Wald hatte die technische Seite des Fashion-Business' gelernt und studiert. Sich 2008 mit einem „Atelier für Schnittgestaltung und Modellanfertigung“ selbstständig gemacht. Das hieß schon „Aufschnitt“, wegen der Schnitte und der Vielfalt auf dem Aufschnitsteller. Dann hatte sie sich für ihre Kunden einen Gimmick ausgedacht. Miniwürstchen aus Badeanzugstoff, mit Watte gestopft fürs Revers. Das kam so gut, dass die Idee sich wie von selbst einstellte und der Name „Aufschnitt“ erst recht gefüllt wurde. Seit 2010 jetzt gibt es die Theke, hängen die Haken voll. Eine Wurst kommt so auf zwölf Euro, ein Schinken, der auch vorzüglich als Nackenstütze zu gebrauchen ist, auf 60 Euro.

Ja, und wer will das? „Leute, die schon alles haben. Die nach einem ausgefallenen, witzigen Geschenk oder Mitbringsel suchen. Vegetarier zum Beispiel.“ Silvia Wald ist selbstredend Vegetarierin. Übers Netz geht viel. In manchem Berlin-

führer steht sie schon drin. Kommen Touristen, die den Opa zuhause lassen mussten: Der isst doch so gern Bockwurst!

Doch die bildhübsche Niere, nicht so einfach herzustellen und mit etwa 70 Euro ein bissel teuer, geht nicht so recht. Da ist so ein Punkt erreicht, wo Silvia Wald einhaken muss: Nach sechs Jahren Libertinage soll jetzt mit Hilfe einer Fachkraft der ganze Laden samt seiner in verschiedener Weise stützenden Hilfskräfte auf Herz und Nieren untersucht werden: Kostencontrolling, Mitarbeiterqualitäten und -qualifizierung, was könnte in der Produktion anderswo billiger hergestellt werden, also Outsourcing ... Plötzlich klingt's bei Silvia Wald wie bei einem Mittelständler vor der Betriebsversammlung.

Muss alles sein. Hoffentlich leiden Kreativität und die Qualität der Ware nicht drunter. ■

www.aufschnitt.net

Silvia Wald hinter ihrer Frische-Theke in Berlin-Friedrichshain





Die Liebeskümmерin

Elena-Katharina Sohn, 36, sitzt lässig in einem lässigen Stuhl vor Bildern, die die Mutter gemalt, in einer Wohnung nahe dem Kurfürstendamm, wie wir Kleinverdiener sie auch gerne hätten. Die Hunde sind weggesperrt. Es herrscht Frieden. Vor sieben Jahren herrschten hier Leid und Jammer. Der Freund hatte Elena-Katharina verlassen. Ach was Freund. Der sollte ihr Mann fürs Leben sein!

Elena-Katharina Sohn hatte Politikwissenschaften studiert. Schielte in Richtung Journalismus und arbeitete für gutes Geld in einer der bekanntesten deutschen PR-Agenturen. Jetzt ließ sie sich erstmal krankschreiben und dann hängte sie ein paar Besinnungswochen an. „Ich wollte mich nie selbstständig machen. Das hatte ich nicht auf dem Plan.“ Aber jetzt ging es ihr richtig dreckig und sie dachte beinahe wörtlich: „Für jeden Scheiß gibt es Anlaufstellen und Beratungen. Nur für meinen Kummer nicht. Dann muss ich das halt selbst machen.“

Sie hatte von Geschäftsdingen keine Ahnung, sie hatte keinen Business-Plan. Sie sprang einfach rein. In Steuerfragen ließ sie sich kurz coachen. Und begann mit einer „Agentur für Liebeskümmерreisen“. Leidende (80 Prozent Frauen) sollten in kleinen Gruppen über das Wochenende in Wohlfühlhotels zur Ruhe kommen und sich in Anwesenheit eines Notfalltherapeuten gegenseitig aufhelfen. Indes sind vom Liebeskummer Befallene keine zuverlässigen Geschäftspartner. Es war ein Buchen und Stornieren und Ausfallen der schönsten Unternehmungen, der Therapeut aber musste bezahlt werden. Zu teuer wurde die

Geschichte. 1200 bis 1400 Euro hätte die Jungunternehmerin gerne gesehen. Am Ende war sie bei 400 angelangt. So ging es nicht.

Also verlegte sie sich aufs Telefon und den Netzverkehr. Heute arbeitet sie, die sich unterdessen auch therapeutisch geschult hat, mit sieben Fachkräften zusammen. Die Beratungsstunde kostet 85 Euro. Die Fachkräfte bekommen ihr Honorar, sie Vermittlungsgebühr und Geld dafür, dass sie den Laden am Laufen hält. „Ich kann gut davon leben“, sagt sie. Mehr als fünf Stunden verbringen sie nicht mit einem Kunden. Geht's da nicht aufwärts, muss ein ortsansässiger Therapeut her. Auch wenn Suizidgefahr gewittert wird.

Aus ihren Erfahrungen hat Elena-Katharina Sohn ein Buch destilliert: „Schluss mit dem Kummer, Liebes“ – erschienen bei Ullstein. Das läuft. Zurzeit arbeitet sie an der Nachfolge. Einem Ratgeber.

Wie bin ich bloß groß geworden, fragt sich der Autor, in all den Jahren ohne Beratung und Selbsthilfegruppen? „Das ist der Fortschritt!“ sagt Elena-Katharina Sohn – und in mein skeptisches Gesicht hinein was ganz Wichtiges und Richtiges: „Die Menschen kennen sich selbst nicht. Wenn einer so sehr aus Liebe kümmert, dann stecken da meistens noch ganz andere Dinge aus der Leidensbiografie dahinter. An die muss man rankommen, wenn man die Leute ‚heilen‘ will. Man muss sie aufschließen. Das versuchen wir.“

www.die-liebeskuemmerer.de

Elena-Katharina Sohn: „Schluss mit dem Kummer, Liebes!“





Die Leihbar

Mit dem Sharing ist das so eine Sache: Lieh sich früher unsere WG nebenan eine Bohrmaschine, brachten wir sie nach Gebrauch und leichter Säuberung zurück und sagten „Danke“. Zahlten auch keine 50 Cent pro Stunde. Niemand wäre hier auf „Sharing“ gekommen. Je mehr man sich damit beschäftigt, desto klarer wird, dass es sich beim Hype um nichts anderes denn bezahlte Dienstleistungen handelt. Sei es im monopolhaft Großen, sei es im zerpixelten Kleinsten.

Was ist jetzt mit Ihrer Sharing-Box, Andreas Arnold? Was wird hier geteilt? Andreas Arnold, 32, ist Wirtschaftsingenieur mit Schwerpunkt „Erneuerbare Energien“. Anders als die offizielle Arbeitsmarkt-Propaganda es vermuten ließe, fand er damit in Berlin keinen Job. Er bastelte an ein paar Projekten und Gutachten, fuhr ein Stipendium ein und ging mit der GIZ, der Gesellschaft für internationale Zusammenarbeit, nach Indien. Dort saß er mit Nichts in einer leeren Wohnung und lernte den indischen Brauch lieben, sich alles, auch für kurze Zeit, vom Flaschenöffner bis zum Flaschenkühler leihen zu können. Das wuchs zur Idee für den heimischen Markt: Mit sechs Kumpanen verschiedener Qualifikationen arbeitet er seit vier Jahren an der Sharing-Box. Gerade hat er den Probe- und Prototyp unter eine Kellertreppe eines ziemlich großen Studentenwohnheims gerammt. Alltagsgegenstände des nichtalltäglichen Gebrauchs sollen – abgestimmt auf den Bedarf der Umwohner – vorgehalten werden. So ist hier im Studentenwohnheim eine Luftmatratze für den unangekündigten Besuch sicher sinnvoll. Eine Spielesammlung, ein Staubsauger, der überstrapazierte Elektrobohrer, ein Beamer für die

Urlaubsbilder. Diese Untersuchungs- oder Experimentierbox besteht aus zwölf Schließfächern. Der Kunde wählt sich mittels seines Codes ein, holt sich aus der Box in der Box das Bügeleisen und stellt es nach Gebrauch zurück. Die Box zählt die Zeit der Abwesenheit und rechnet ab. Der Vorteil: die Nähe zum gewünschten Objekt, die auch die Zeit des Gebrauchs nahe an der Realität hält, und damit den Preis (von 50 Cent bis 4,5 Euro pro Stunde). Voraussetzung, sie funktioniert. Heute will sie nicht.

Was wird geschart? Von der Seite des Besitzes her natürlich nichts. Aber, sagt Andreas Arnold, von der Seite der vernutzten Ressourcen und der Folgen für die Umwelt, jede Menge. Der junge Mensch will nicht immer mehr besitzen, hofft er, ganz im Gegensatz zur Tendenz, Menschen nur noch als Konsumenten zu begreifen. Er setzt auf die Überzeugungskraft der „LOHAS“ (englisches Akronym für „Lifestyles of Health and Sustainability“) und er plant die weiteren Boxen, die dann natürlich schicker sein müssten, tadellos funktionieren und passgenau befüllt sind. In Supermärkten mit langer Öffnungszeit stellt er sie sich vor, in „Späti“. Auch die Residenzen für die neuen Senioren könnten beglückt werden. Vier Boxen sollen es in diesem Jahr noch werden und dann müssen Sponsoren ran für die nächsten 100 bis 400, die er in Berlin strategisch platzieren will. Investoren. Dann kann man schon mal ans Verkaufen denken. ■

www.leihbar.net

Kleinunternehmer
Andreas Arnold vor
seiner Leihbar

LEIHBAR.

