Bloody Business: Startup-Story der erdbeerwoche erscheint erstmals als Buch

Bettina Steinbrugger erzählt die spannende und lehrreiche Story ihres erfolgreichen Unternehmens - ganz abseits der üblichen Klischees.

Bettina Steinbrugger
Bloody Business
Der Weg zum nachhaltigen Start-up – Tabubruch inbegriffen

Campus Verlag 2023, 229 Seiten, Paperback Klappenbroschur
EUR 26,00 (DE) bzw. 27,50 (AT) bzw. sFr 29,30 (CH)
ISBN 978-3-593-51752-0
Erscheinungstermin / Sperrfrist: 13.09.2023

Wien, 12. September 2023: Start-up-Storys gibt es viele. Die meisten handeln allerdings entweder von grenzenlosem Erfolg oder aber von spektakulären Pleiten. Vor allem aber handeln sie von Männern. Wir alle kennen die Erfolgsgeschichten von den Mark Zuckerbergs, Elon Musks und Co. dieser Welt und von ganz vielen Menschen, die ihnen nacheifern. Bettina Steinbrugger zeigt nun, dass es auch erfolgreiche, von Frauen gegründete Unternehmen abseits der Klischee-Start-up-Szene gibt. In ihrem Buch „Bloody Business“, das am 13.09.2023 im Campus Verlag erscheint, liefert sie die inspirierende Geschichte ihres eigenen ungewöhnlichen Start-ups „erdbeerwoche“, einem Social Business rund um das Thema Menstruation. Die Real-Life-Geschichten mit allen Höhen und Tiefen aus dem Leben einer jungen Unternehmerin sind Empowerment und Inspiration für alle, die nicht länger unrealistischen Vorbildern nacheifern möchten.

Von einer verrückten Idee zum erfolgreichen Unternehmen
Dabei stießen Bettina Steinbrugger und ihre Co-Gründerin Annemarie Harant eher zufällig auf ihr Thema: Nach einem Gespräch mit Freundinnen stellten sie sich die Frage, warum sie selbstverständlich auf Bio-Lebensmittel achten – bei Tampons und Binden aber nie einen Gedanken an Gesundheit und Nachhaltigkeit verschwendeten. Für lange Zeit war es schier unmöglich, ökologisch hergestellte Periodenprodukte zu finden. Das wollten die beiden ändern und gründeten 2011 „erdbeerwoche“. Dass damit auch ein großes gesellschaftliches Tabu verbunden war, merkten sie schnell, als sie begannen, mit anderen über ihre Idee zu sprechen. Vielen trieb es dabei die Schamesröte ins Gesicht. Aber es wurde auch klar: Bei den allermeisten trafen sie mit ihrer Idee genau ins Schwarze und schlossen eine Angebots-Lücke, die bislang völlig übersehen worden war.

Social Business oder Bloody Business?
Das Buch ist eine der wenigen Geschichten über erfolgreiche Social Businesses. Dabei wird auch der Definition von „Social Entrepreneurship“ auf den Grund gegangen – ein Begriff, der zum Zeitpunkt der Gründung der erdbeerwoche noch kaum verbreitet war. Das Buch ist darüber hinaus eine sehr persönliche Gründungsgeschichte und erzählt ehrlich und ungeschönt über Höhen und Tiefen des Unternehmerinnen-Daseins, über die Suche nach dem perfekten Geschäftsmodell und über das Spannungsfeld „alte weiße Männer“. Ganz nebenbei erfahren Leser:innen auch die sieben wichtigsten Learnings aus dem Alltag einer Gründerin und wie ein Paragliding-Sprung in Kolumbien den Startschuss für die erfolgreiche Karriere als Unternehmerin gab.

Inspiration, Ideen und Real-Life-Storys
„Dieses Buch ist für alle, die ihren eigenen Weg gehen wollen. Es soll zeigen, dass es sich lohnt, an die eigene Idee zu glauben“, sagt Bettina Steinbrugger. Mit der spannenden und einzigartigen Geschichte von „erdbeerwoche“ können Leser:innen ihr Start-up-Abenteuer nachverfolgen: von der Idee über die Unternehmensgründung mit allen damit verbundenen Herausforderungen bis heute. „Mit diesem Buch möchte ich Inspiration, Ideen und Real-Life-Storys mitgeben. Hoffentlich finden Leser:innen darin die ein oder andere Anekdote, die ihnen im beruflichen oder privaten Leben hilft, den nächsten Schritt zu machen. Denn das lohn sich eigentlich immer“.

Das Buch ist überall erhältlich, wo es Bücher gibt und ab 13.09.2023 auch im erdbeerwoche-Shop.

Über die Autorin:
Bettina Steinbrugger, geboren 1984 im Süden Österreichs, beschäftigte sich schon während des Studiums intensiv mit dem Thema „Nachhaltigkeit“ und co-gründete 2011 gemeinsam mit Annemarie Harant die erdbeerwoche – das erste auf Menstruation und nachhaltige Periodenprodukte spezialisierte Social Business im deutschsprachigen Raum. Das Unternehmen gewann über ein Dutzend Preise und ist bis heute erfolgreich. Vor der erdbeerwoche war Bettina Steinbrugger als Projektleiterin bei einer Unternehmensplattform für Corporate Social Responsibility und Nachhaltige Entwicklung aktiv sowie als Lektorin an der Uni Graz und der FH Krems.

Über die erdbeerwoche:
Die erdbeerwoche bietet Aufklärung sowie intelligente und nachhaltige Lösungen rund um das Thema Menstruation. Dazu gehören ein auf nachhaltige Monatshygiene spezialisierter Onlineshop (erdbeerwoche-shop.com), eine digitale Lernplattform über Menstruation für Jugendliche (ready-for-red.com) sowie Unterstützung bei der Umsetzung eines menstruationsfreundlichen Arbeits- bzw. Ausbildungsplatzes (https://erdbeerwoche.com/b2b/).

Detailinformationen zum Buch: https://www.campus.de/buecher-campus-verlag/business/management-unternehmensfuehrung/bloody_business-17715.html

Kostenlose Rezensionsexemplare bestellbar hier.

Lesungen und Buchvorstellungen:
Am 9. Oktober findet eine Buchvorstellung von „Bloody Business“ im Rahmen des SENA-Netzwerkes (Social Entrepreneurship Network Austria) im Café Museum statt. Details und Anmeldung hier.
Anfragen für Lesungen bitte an office@erdbeerwoche.com.

Rückfragehinweis und Bildmaterial:
Mag.a Bettina Steinbrugger, erdbeerwoche GmbH, Tel.: +43 (650) 84 31 400, mail: bettina@erdbeerwoche.com, web: www.erdbeerwoche.com