



Geschäft mit gutem Gewissen

Gründer streben immer öfter nicht nach Profitmaximierung, sondern sozialer Nachhaltigkeit. **SOCIAL BUSINESS** gilt als Wachstumsbranche.

Eigentlich war die „Vollpension“ nur als „coole Geschichte“ während der Vienna Design Week gedacht: Omas backen traditionellen Zwetschkenleck oder Apfelstrudel anstatt moderner Chocolate Fudge Caramel Brownies. Doch die Begeisterung des designaffinen Publikums über Kardinalschnitten wie bei Oma war so groß, dass sich die Initiatoren Hannah Lux und Moritz Piffl entschlossen, das Projekt weiterzuführen. „Wir rutschten also eher zufällig in den Social-Business-Bereich, als in Folge Bewerbungen bei uns eingetrudelt sind. Den Omas war nicht einfach fad, sondern viele müssen

oder wollen in der Pension etwas dazuverdienen, da sonst Altersarmut droht“, erzählt Hannah Lux, Geschäftsführerin des „Café Vollpension“ (im Bild 3. v. re.). Seit vergangenem Jahr backen nun 17 Seniorinnen und drei Senioren für das Unternehmen und stehen bis zu zehn Stunden pro Woche im Lokal.

Die Vollpension hat sich zu einem Unternehmen in der noch jungen, aber stark wachsenden Branche des sogenannten Social Business entwickelt. Dabei steht nicht die Gewinnmaximierung im Vordergrund,

sondern die Lösung sozialer und ökologischer Probleme. Geprägt hat die Definition eines Sozialunternehmens der indische Friedensnobelpreisträger Mohammad Yunus. Derzeit gibt es je nach Zählart zwischen 1.200 und 2.000 derartige Unternehmen mit rund 80.000 bis 90.000 Beschäftigten in Österreich. Laut Schätzung des Instituts für Non-Profit-Management an der Wirtschaftsuniversität Wien wird sich die Zahl der Unternehmen bis 2025 verdoppeln. „Das setzt allerdings eine Verbesserung der Rahmenbedingungen voraus“, sagt Institutsleiter Michael Meyer: „Für Social Business gibt es nach wie vor keine eigene Rechtsform, Banken finan-

VON ULRIKE MOSER



→ Übersetzen für alle

Michael Monreal wollte schon immer etwas bewirken. Als Wissenschaftler gelang ihm das nur bedingt. Seine Frau, eine Sozialberaterin, erzählte schließlich von den Schwierigkeiten, geeignete und günstige Dolmetscher in diesem Bereich zu finden. Seit Anfang 2015 vermittelt er nun über seine Plattform InterprAID Übersetzer, die niederschwellig und schnell gebucht werden können. Diese registrieren sich auf InterprAID nicht nur mit ihren Sprachkenntnissen, sondern auch mit Ethnie, Religion und sozialem Background. Wer selbst Fluchterfahrungen gemacht hat, kann sich schließlich besser in die Lebenswelt der Klienten hineinversetzen. „Einer koptischen Christin kann man keine Muslima als Arabisch-Dolmetsch zumuten“, so Monreal. Das Besondere: Gedolmetscht werden kann auch kostengünstig per Videokonferenz.



→ Reines Wasser

Als Martin Wesian (3. v. r.) auf einer seiner Reisen im Auftrag einer NGO an Cholera erkrankte, erfuhr er am eigenen Leib, welche Auswirkungen verschmutztes Trinkwasser haben kann. Mit Helioz gründete der Vorarlberger ein Unternehmen, das sich mit dieser Problematik beschäftigt, und entwickelte Wadi, ein Gerät, das bei der Wasserdesinfektion mittels Solarenergie anzeigt, wann es tatsächlich sauber und unbedenklich ist. Das extrem langlebige Gerät wird um 15 Euro von NGOs vertrieben, in Uganda gibt es Wadi sogar im Supermarkt. Unternehmen, die CSR-Punkte sammeln wollen, können es um einen höheren Preis erwerben, branden und den Mitarbeitern ihre Zulieferer in Entwicklungsländern gratis zur Verfügung stellen.



zieren sie in Österreich wegen der verschiedenen Basel-Kriterien so gut wie nie.“ Stattdessen sind sie in der Anfangsphase oft auf Spenden, Preisgelder und private Stiftungen angewiesen. Vor allem aufgrund der undefinierten Rechtsform können letztere aber nur selten Geld lockermachen. Das gibt es nur für gemeinnützige Organisationen, als die Sozialunternehmen allerdings nicht gelten. Bei der sozialen Plattform Talentify, die Lernhilfe für Schüler vermittelt (siehe Kasten unten), hat man einen Umweg gefunden. „Die Stiftungen unterstützen uns mit Beratungsleistungen, das Geld kommt von den dazugehörigen Familienunternehmen“, sagt Gründer Bernhard Hofer.

INVESTOREN-VERSTÄNDNIS. Dass soziale Unternehmen keine Gewinne machen dürfen, sei allerdings ein Missverständnis, klärt Peter Vandor vom Social Entrepreneurship Center der WU auf: „Sie müssen das sogar. Nach Abzug aller Kosten soll das, was übrig bleibt, allerdings wieder ins Unternehmen reinvestiert werden.“ Glücklich kann sich schätzen, wer

für sein Unternehmen einen Investor findet. Technologieorientierte Unternehmen haben es hier allerdings leichter als jene im rein sozialen Bereich. Ein Investor sollte allerdings nicht nur das Produkt, sondern auch immer die Philosophie dahinter verstehen. „Wir hatten gleich zu



„Sozialunternehmen dürfen und müssen Gewinne machen.“

PETER VANDOR
SOCIAL ENTREPRENEURSHIP CENTER
(WU)

Beginn ein Angebot über ein Investment von einer Million Euro – unter der Bedingung, dass wir die Lebensdauer unseres Geräts Wadi (siehe Kasten oben) deutlich verkürzen“, erzählt Martin Wesian, Gründer von Helioz, „das widersprach aber unseren Grundsätzen, denn wir hatten es auf möglichst langen Betrieb ausgelegt, um die Investition für Menschen in Entwicklungsländern gering zu halten.“ Dennoch ist Helioz mittlerweile gut im Geschäft. Sie vertreiben ihr Gerät mittels NGOs, mehr verdienen sie aber mit der Kooperation mit Unternehmen, die auf diese Weise Corporate Responsibility unter Beweis stellen wollen.

Ideen, um die Finanzierung von Sozialunternehmen zu ermöglichen, gibt es allerdings einige. Etwa, indem ein Fonds Portfolios mehrere Unternehmen zusammenschließt, um sie auch Finanzinvestoren schmackhaft zu machen, anstatt nur „Friends and Fools“, wie WU-Professor Meyer erläutert. Dann klappt's auch mit der Veroppelung der Social-Business-Unternehmen. Am Gründergeist scheitert es jedenfalls nicht. **T**

→ Nachhilfe per Mausclick

Nachhilfe ist ein teurer Spaß. Rund 30 Euro pro Stunde müssen Eltern dafür in Instituten berappen. Dass er als HTL-Schüler in Innsbruck selbst ein Schülernachhilfeprojekt initiiert hatte, kam Bernhard Hofer (im Bild unten) erst wieder in den Sinn, als er eine Veranstaltung zum Thema Social Entrepreneurship besucht hatte und den Entschluss fasste, selbst ein Social Business zu starten. Auf der Plattform talentify.me können sich Schüler registrieren und ihre Hilfe anbieten. Dafür gibt es maximal zehn Euro pro Stunde vom Nachhilfeschüler. „Rund ein Viertel der Registrierten machen das sogar unentgeltlich“, ist Hofer begeistert. Doch auch sie werden mittels Gamification-Prinzip belohnt, können Punkte sammeln und ins nächste Level aufsteigen. In Kooperation mit Unternehmen wie Samsung, Hofer oder einer Fahrschule können diese ebenso eingetauscht werden wie in Kurse, die talentify anbietet.

