

KAIROS



**KAIROS**  
Das Vorarlberger Unternehmen  
entwickelt mit Partnern in Afrika  
Beleuchtungen, die mit schwachen  
Energiequellen auskommen.

Social Entrepreneurs wollen wirtschaftlich  
oder wird dadurch tatsächlich eine neue  
VON ROBERT PRAZAK



**S**ozial handeln und unternehmerisch handeln – zwei Parallelen, die einander nur in der Unendlichkeit der Theorie treffen. So dachte man zumindest, bevor der schöne Begriff „Social Entrepreneurship“ salonfähig wurde. Eine Reihe junger Unternehmen und Projekte dieser Art ist bereits entstanden, und vor allem bei Studierenden erfreut sich die Kombination aus gutem Gewissen und gutem Wirtschaften steigender Beliebtheit.

Peter Vandor widmet sich an der Wirtschaftsuniversität Wien diesem Schwerpunkt, er ist auch Gründer des Social Impact Awards, bei dem Studierende dabei unterstützt werden, soziales und unternehmerisches Denken zu verbinden. „Social Entrepreneurship gewinnt gerade richtig an Fahrt, denn die klassische Zweiteilung bricht auf: Die Arbeit ist zum Geldverdienen da, privat kann man etwas Sinnvolles tun.“ Vor allem junge Menschen haben oft das Bedürfnis, sich beruflich ganz konkret dahingehend zu engagieren, anderen eher zu helfen, als bereits existierende Benachteiligungen zu unterstützen oder gar Schäden zu erzeugen.

Wie das in der Praxis aussehen kann, beweisen einige Projekte, die österreichische Unternehmen mit sozialer Schlagseite gerade bei der „Social Entrepreneurship Challenge“ der Austrian Development Agency (kurz ADA, Agentur der Entwicklungszusammenarbeit) eingereicht haben: Das Start-up Helioz beispielsweise will den Zugang zu sauberem Trinkwasser in Entwicklungsländern ermöglichen, indem verunreinigtes Wasser mithilfe von Sonnenlicht entkeimt wird; dazu können handelsübliche PET-Flaschen verwendet werden. Das Produkt mit dem Markennamen Wadi könnte in Afrika, Lateinamerika und Asien den leichten Zugang zu Trinkwasser ermöglichen und wurde kürzlich von der WHO zertifiziert. ADA-Geschäftsführer Martin Ledolter will mit der Challenge, in deren Rahmen es insgesamt eine Million Euro an Förderungen gibt, „neue Partner aus der Wirtschaft“ für das Vorhaben gewinnen, Armut und Hunger zu bekämpfen. Die Resonanz war groß, zehn Projekte wurden nun ausgewählt, die mithilfe der ADA-Förderungen weiter vorangetrieben werden. „Wir wollen generell mehr Unternehmen, die sozial tätig sind, an uns binden – das bringt neue Innovations- und Kreativitätsschübe mit sich“, sagt Ledolter. Die Projekte sollen sich aber nach einiger Zeit selbst erhalten.

Genau das soll auch beim SunLight-Projekt des Vorarlberger Unternehmens Kairos der Fall sein, einem System, bei dem selbst schwache Energiequellen zur Beleuchtung von Räumen verwendet werden ►

liches und soziales Handeln miteinander verbinden. Ist das alter Wein in neuen Schläuchen  
neue Form des Wirtschaftens eingeläutet?

## Wirtschaftsgut



**ATEMPO**  
Der Grazer Betrieb lässt Menschen mit Behinderung Informationstexte auf Verständlichkeit überprüfen.

können. Damit soll eine Alternative zu Kerosinlampen geschaffen werden, die in Entwicklungsländern weit verbreitet, aber schlecht für die Umwelt ist.

Armut in Österreich zu bekämpfen, ist das Ziel des Projekts „Grow Together“, das von der Kinderärztin und Psychotherapeutin Katharina Kruppa geleitet wird. Die Idee: Familien in schwieriger Lage wird die Möglichkeit gegeben, ihre Kinder behalten und selbst aufziehen zu können. „Wir entsprechen nicht dem typischen Social Entrepreneurship, aber wir profitieren vom wirtschaftlichem Denken“, sagt Kruppa. Seit Herbst 2014 ist der Verein operativ tätig, zwölf Familien werden parallel betreut. „Wir sind in einer verlängerten Pilotphase, es sind immer wieder Adaptierungen nötig.“ Die Finanzierung erfolgt zu einem Drittel aus öffentlichen Förderungen, zu zwei Drittel aus Privatpenden, unter anderem von Stiftungen. Angestellte und ehrenamtliche Mitarbeiter sowie Praktikanten sind für Grow Together tätig. „Es geht um eine langfristige Verbesserung der Situation in den Familien“, sagt Kruppa. Die Familien werden therapeutisch und sozialpädagogisch betreut, zudem wird eine Reintegration der Eltern in den Arbeitsmarkt versucht.

Sozialunternehmen dieser Art sind oft schwer auf den ersten Blick als solche zu erkennen. „Wir springen nicht auf den Trend Social Entrepreneurship auf, denn wir haben schon vor 15 Jahren damit begonnen“, sagt Walburga Fröhlich, Chefin der Grazer Atempo GmbH. Gemeinsam mit Klaus Candussi, der wie sie mit behinderten Menschen gearbeitet hat, wollte sie soziale Wirkung mit einer unternehmerischen Idee verbinden – und diese lautete: Menschen mit Lernschwierigkeiten prüfen Texte auf ihre Verständlichkeit.

Anfangs wurden vorwiegend Informationen von Behörden geprüft und in eine leicht verständliche Sprache übertragen. „Mittlerweile ist daraus ein umfassendes Social Business geworden“, sagt Fröhlich. Nicht nur Unternehmen und Organisationen, die mit Menschen mit Behinderung zu tun haben, nutzen die Atempo-Services; in vielen Bereichen werden Informationen auf ihre Nachvollziehbarkeit überprüft, und es werden entsprechende Schulun-



**„Klassische Sozialunternehmen und Social Entrepreneurs – beide können voneinander lernen.“**

**Peter Vandro,**  
WU Wien

## Von Drogen zur Mode

Nicht nur in Österreich, auch in vielen anderen Staaten sind Social Entrepreneurs im Kommen. Sogar in der Finanzmetropole London gibt es Bewegung in diese Richtung. Ein Beispiel dafür ist das junge Modelabel Clime-it Brothers, das seine Waren unter anderem in einem kleinen Geschäft am Camden Market verkauft. Gegründet wurde es von Mubarak Mohamud, dessen Eltern aus Somalia nach London kamen, als er drei Jahre alt war. Als Teenager verdiente er in der Gegend von Camden Town mit dem Verkauf von Cannabis viel Geld und erlangte als Mitglied einer Jugendgang lokale Bekanntheit. Er schaffte rechtzeitig den Umstieg in die legale Wirtschaft, der



**MUBARAK MOHAMUD,** Projektinitiator Clime-it Brothers

Auslöser war der gewaltsame Tod eines Freundes. Danach begann er zu studieren und gründete das Modelabel – unter dem Markenzeichen eines Eisbären soll auf Klimaschutz aufmerksam gemacht werden. Hauptziel des Unternehmens ist aber die Beschäftigung von Jugendlichen aus einem problematischen und oftmals gewalttätigen Umfeld. „Die sollen genau jene Fehler nicht machen, die ich damals gemacht habe“, sagt Mohamud im Gespräch mit profil. Einige seiner Freunde von früher machen bei seinem Projekt mit; Ziel ist die Integration in den Arbeitsmarkt und das Aufzeigen von Chancen abseits des Verkaufs von Drogen oder Beschaffungskriminalität. Und so ganz nebenbei soll eine junge, urbane Schicht auf die Problematik des Klimawandels aufmerksam gemacht werden – bisher sei dafür wenig Interesse vorhanden, meint Mohamud. „Ich kann in vielerlei Hinsicht etwas für die Gesellschaft tun.“

Internet: [clime-itbrothers.com](http://clime-itbrothers.com)

gen durchgeführt. Kunden sind unter anderem Banken, Versicherungen und Handelsunternehmen. Die Idee wird in Form von Social Franchising von 22 Partnern im deutschsprachigen Raum weiterentwickelt. Atempo selbst hat 80 Mitarbeiter, wovon 20 Prozent Mitarbeiter mit Behinderung sind. „Es wird ja generell immer gedacht, Menschen mit Behinderung brauchen etwas, was die anderen, die ‚Gesunden‘ ihnen geben können. Wir haben das umgedreht: Auch diese Menschen haben und können etwas, das auf dem Markt gebraucht wird.“

Tue Gutes, aber rede nicht ständig darüber, denn soziale Unternehmen sind nichts Neues. Bisher verstand man darunter vor allem Unternehmen oder Vereine, die ausschließlich gemeinnützig tätig sind. Judith Pühringer ist Geschäftsführerin von arbeit plus (vormals Bundesdachverband für Soziale Unternehmen), einer arbeitsmarktpolitischen Organisation, in der immerhin 200 soziale, gemeinnützige Unternehmen in Österreich vernetzt sind – diese helfen Langzeitarbeitslosen oder benachteiligten Menschen mit Beschäftigungs- und sonstigen Unterstützungsmaßnahmen. Sie betrachtet den Trend zum Social Entrepreneurship pragmatisch: „Einerseits ist es interessant, wie diese Idee als neu angesehen wird, obwohl es viele Unternehmen gibt, die längst so arbeiten, aber es halt nicht an die große Glocke gehängt haben.“ Gleichzeitig ist es gut, dass es dieses Scheinwerferlicht nun gibt – es kann genutzt werden, um die Ideen besser vorzustellen, als dies noch in der Vergangenheit der Fall war.

Der Unterschied zwischen sozial und social ist der Grad der Gemeinnützigkeit: Soziale Betriebe sind im Regelfall jene, die zwar Profit machen können, aber diesen gänzlich reinvestieren. Unter den neueren Betrieben dieser Art mit englischer Schreibweise sind aber auch welche, bei denen ein Teil des Gewinns abgeschöpft werden kann. Laut Definition der EU muss ein „wesentlicher Teil“ wieder in den Betrieb oder das Projekt investiert werden – daher gibt es einen gewissen Spielraum bei der Zuordnung.

Auch Walburga Fröhlich von Atempo sieht den Hype um das soziale Unternehmertum positiv: „Soziales wird ja in Österreich von vornherein im staatlichen oder NGO-Eck angesiedelt.“ Es sei gut, dass das Bewusstsein entstehe, jeder könne etwas für eine soziale Gesellschaft beitragen – das gelte eben auch für unternehmerisch denkende Menschen. „Nun beginnen große NGOs, sich für den Trend zu interessieren, da geht es wohl um den Zugang zu Fördertöpfen“, glaubt Fröhlich. Es sei aber wichtig, echtes wirtschaftliches Denken in den NGOs zu verankern. Für Peter Vandor von der WU Wien ist in Österreich noch ausreichend Platz für beide, für klassische Sozialunternehmen und für Social Entrepreneurs – „und beide können voneinander lernen“.

Wird der Staat durch die Vermischung von Unternehmertum und sozialem Handeln gar aus seiner Verantwortung entlassen? Für Judith Pühringer muss und wird es immer Dienstleistungen geben, die nicht vom Markt abgedeckt werden können. Im Gegenzug dazu bleiben private Initiativen als Ergänzung zu staatlicher Hilfe grundsätzlich nötig,



**„Soziales wird in Österreich von vornherein im staatlichen oder NGO-Eck angesiedelt.“**

**Walburga Fröhlich, Atempo**



**„Wir wollen mehr Unternehmen, die sozial tätig sind, an uns binden.“**

**Martin Ledolter, Austrian Development Agency (ADA)**



**„Viele Unternehmen arbeiten längst sozial, hängen es aber nicht an die große Glocke.“**

**Judith Pühringer, arbeit plus**

meint Katharina Kruppa, „dadurch kommen neue Ideen herein und es kann einmal etwas ganz Neues gestaltet werden“.

In der Praxis spielt aber die Rechtsform eine Rolle – und da ist der Spielraum in Österreich begrenzt: Einerseits können Vereine nicht gefördert werden, andererseits ist die Gründung als Verein oft die einzige Möglichkeit, die Geschäftsidee in die Praxis umzusetzen. Bei Atempo hat man das Problem gelöst, indem es neben dem Verein, dessen Rechtsform eine gemeinnützige GmbH ist, noch eine zweite GmbH gibt, die sich unter anderem um das Franchising kümmert. „Die Gewinne dieser zweiten GmbH werden aber auch nicht ausgeschüttet, sondern reinvestiert“, sagt Walburga Fröhlich.

Entwickelt sich die Wirtschaft nun zunehmend in Richtung Sozialbetrieb – oder ist für etablierte Firmen die Kooperation mit Social Entrepreneurs eine Möglichkeit, sich aus der Verantwortung zu stehlen? Schließlich kommt es bequemer (und teilweise günstiger), selbst etwas Gutes zu tun, als dies mittels Steuertransfer den Staat tun zu lassen. Mit dem sogenannten Gemeinnützigkeitspaket soll ab heuer auch die Bereitschaft zur Beteiligung an sozialen Unternehmen erhöht werden; Zuwendungen aus gemeinnützigen Stiftungen waren in Österreich mir jährlich rund 25 Millionen Euro vergleichsweise bescheiden, das soll sich nun ändern. In der Praxis zeichnet Social Entrepreneurs aber nicht nur die Unabhängigkeit von staatlichen Förderungen, sondern gerade auch von privaten Spenden aus: Das eigenständige Überleben auf dem Markt soll durch das Anbieten von jenen Produkten und Dienstleistungen gesichert werden, die nachgefragt werden.

Interessant ist aber die steuerliche Behandlung von Social Entrepreneurship – da muss und wird es bessere Lösungen geben als nur Verein oder gemeinnützige GmbH, um sozial handelnden Unternehmen steuerlich und unternehmensrechtlich mehr Spielraum zu geben.

Ist zudem wirklich alles sozial, was sich selbst als solches bezeichnet? „Diese Gefahr besteht immer bei Konzepten, die einen gewissen Interpretationsspielraum bieten“, meint Vandor, der auch damit rechnet, dass einige Unternehmen den Begriff verwenden könnten, obwohl sie in der Praxis gar nichts damit zu tun haben.

Weil aber die gesamte Ausrichtung einer Firma einem solchen Ziel untergeordnet sein müsste, würden Blender leicht erkannt werden – das Unternehmen muss sich ja eindeutig in Richtung sozialen Handelns orientieren, und die Relevanz dieser Ausrichtung für die Unternehmensmission muss deutlich sichtbar sein; da reichen keine zwei, drei oberflächlichen Marketingprojekte. Social Entrepreneurship ist jedenfalls gekommen, um zu bleiben. Judith Pühringer: „Es könnten generell viel mehr soziale Unternehmen gegründet werden; wichtig ist die ernst gemeinte Ausrichtung.“

Das passende Klima für Start-ups dieser Stoßrichtung ist dafür allerdings unverzichtbar – ein Klima, in dem soziales Denken nicht von vornherein als Schwäche ausgelegt wird.