

TAKING
COOPERATION
FORWARD

 INSITU - Social Entrepreneurship

 **Mein Unternehmen ist ein Sozialunternehmen -
Rahmen, alternative Wege von Finanzierung - Best Practice-Beispiele**

 www.insituproject.eu, <https://www.interreg-central.eu/Content.Node/IN-SITU.html>

Aktuelle Herausforderungen

Was bekämpft Social Entrepreneurship?

SDG´s

Soziale Aspekte eines Unternehmens

Warum Sozialunternehmen? - Soziale Unternehmen und ihre Rolle in der Gesellschaft

Best practice-Beispiele

Reflexion

SWOT - Nachhaltigkeit

Crowdfunding modelle



- Umweltbezogene Herausforderungen (z.B. „Müll-Bekämpfung“)
- Klimawandel
- Armutsbekämpfung
- Integration
- Inklusion
- Demografischer Wandel
- Brain Drain
- Arbeitslosigkeit
- Silver Generation



NACHHALTIGE ENTWICKLUNGSZIELE DER UN

IN SITU

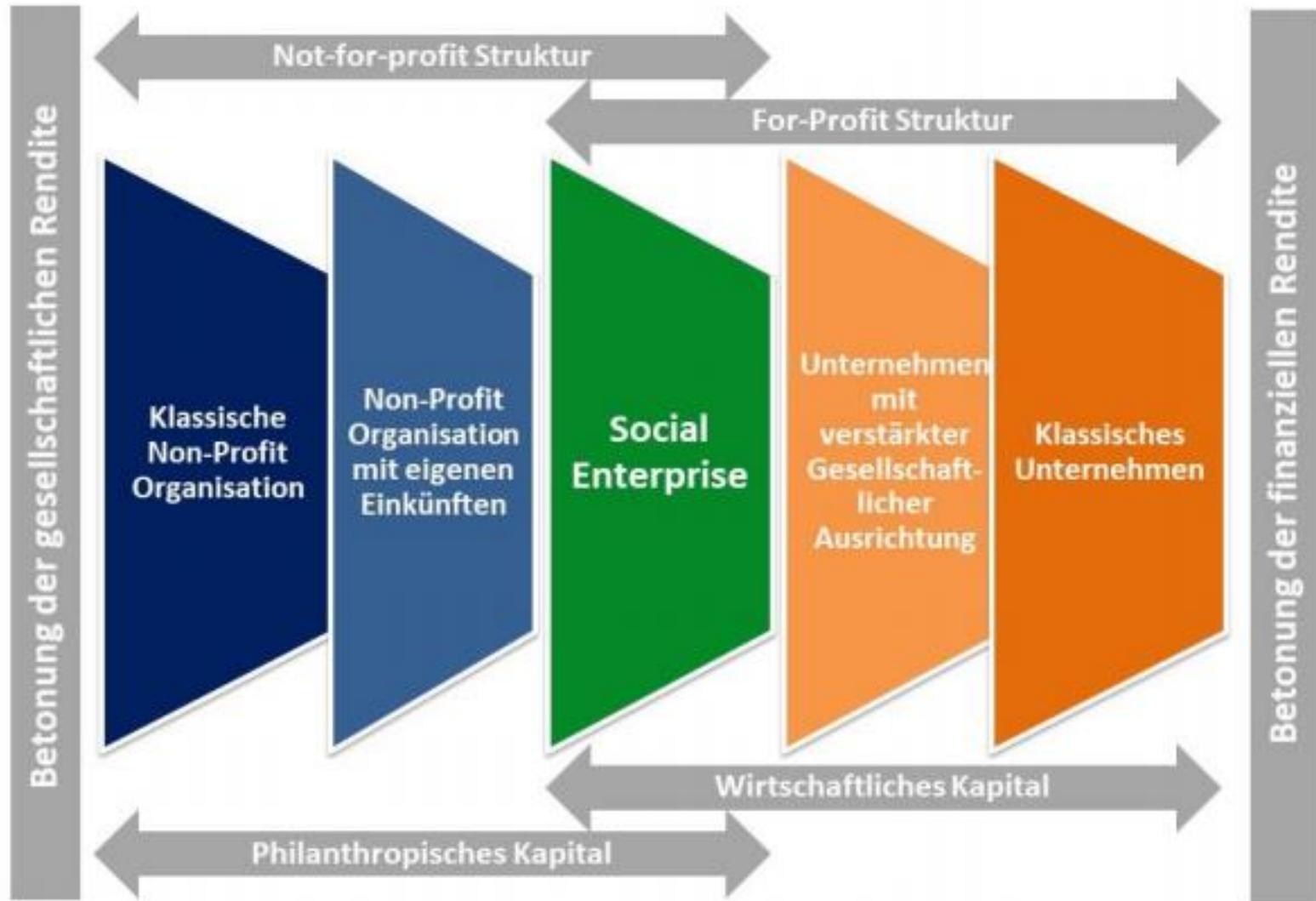


Quelle: THE 17 GOALS - Sustainable Development Goals - the United ...
<https://sdgs.un.org>





SOZIALUNTERNEHMEN - WO BEFINDEN SIE SICH AUF DEM MARKET?



Source: Brozek, Kathy O. (2009), "Exploring the Continuum of Social and Financial Returns," p. 8.

- Soziale Unternehmen sind Wirtschaftsunternehmen, die soziale und / oder gemeinwesenbezogene Ziele verfolgen. (Quelle: [Berliner Entwicklungsagentur](#))
- „Soziale Innovationen sind neue Konzepte und Maßnahmen, die von betroffenen gesellschaftlichen Gruppen angenommen und zur Bewältigung sozialer Herausforderungen eingesetzt werden.“
/Zentrum für Soziale Innovation, 2008: Impulse für die gesellschaftliche Entwicklung; ZSI-Discussion Paper 9 (S. 2)
<http://www.zsi.at/de/publikationen/346/4953.html/>



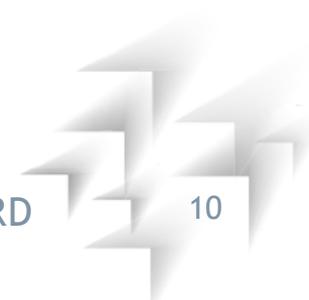
- *Soziale Innovation* „bezeichnet die Entwicklung neuer Ideen, Dienste und Modelle zur besseren Bewältigung gesellschaftlicher Probleme. Sowohl öffentliche als auch private Akteure und die Zivilgesellschaft sollen dazu beitragen.“ (Quelle: EU Kommission)



- Ein Ökonom definiert einen Unternehmer als einen Unternehmer, der Ressourcen, Arbeit, Material und andere Vermögenswerte in Kombinationen einbringt, die ihren Wert höher als zuvor machen, und als jemand, der Veränderungen, Innovationen und eine neue Ordnung einführt.
- Psychologen definieren einen Unternehmer als eine Person, die typischerweise von einer psychologischen Kraft angetrieben wird, die den Wunsch weckt, etwas zu erreichen oder zu erreichen.



- Soziologen definieren einen Unternehmer als eine Person, deren Handlungen den sozialen Status bestimmen und zur gesellschaftlichen Entwicklung beitragen.
- Managementexperten definieren einen Unternehmer als eine Person, die eine Vision hat und einen Aktionsplan erstellt, um diese zu erreichen. Laut Max Weber: Innovator mit ungewöhnlichem Willen und Energie, Weitblick und Handlungsfähigkeit.



- Welches Problem soll gelöst werden?
- Wer ist davon betroffen?
- Warum ist es sinnvoll, eine Lösung für dieses Problem zu finden?
- Was geschieht, wenn keine Lösung zu finden ist?
- Welches ist die Ursache für das gesellschaftliche Problem?
- Wer hat sich bereits mit der Lösung für das gesellschaftliche Problem beschäftigt?
- Existieren erfolgreiche Lösungsansätze? Was macht sie (nicht) erfolgreich?
- Setzen diese Lösungsansätze tatsächlich an der Ursache des Problems an?
- Welcher Lösungsansatz erscheint Euch vielversprechender?
- Welche Kompetenzen sind dafür notwendig? Über welche Kompetenzen verfügt Ihr?
- Welche Werte sind notwendig? Welche Werte vertrittet Ihr?
- Welche Leistung Eurer Firma kann dazu beitragen, die gesellschaftliche Schieflage zu beheben?
- Mit welchem Angebot wird der Umsatz erwirtschaftet?
- Wer ist der Kunde für dieses Angebot?
- Ist die gesellschaftliche Wirkung ausreichend?
- Ist die Rentabilität der Firma ausreichend, um die gesellschaftliche Wirkung dauerhaft zu garantieren?
- Ist die Rentabilität der Firma ausreichend, um einen ausreichenden Unternehmerlohn dauerhaft zu garantieren?
- Wenn die Rentabilität der Firma nicht ausreichend ist: Welche alternativen Finanzierungen kommen in Frage, um die soziale Leistung weiterhin zu erbringen?



WANN WIRD ENTREPRENEURSHIP ZU SOCIAL ENTREPRENEURSHIP?

SE	Firma	Sozialer Zweck/soziales Bedürfnis	Sozialer Mehrwert geschaffen
John Bird	The Big Issue	Obdachlosigkeit und soziale Ausgrenzung	Wirtschaftliche und soziale Vorteile für Obdachlose
Tim Smit	Eden Project	Nachhaltigkeit und Umweltschutz/Bildung	Lokaler Wohlstand, Beschäftigung und Bildungsergebnisse
Jamie Oliver	Fifteen	Jugendarbeitslosigkeit	Wirtschaftlicher und sozialer Vorteil, Arbeitsplätze und Sensibilisierung für Jugendfragen
Mohammed Yunus	Grameen Bank	Armutsbekämpfung durch bezahlbare Kredite	Wirtschaftliche Vermögensstabilität, sozialer Vorteil



BEISPIELE FÜR SOCIAL ENTREPRENEURSHIP AUS EUROPA

IN SITU

wiederbelebt - Upcycling: Industrielle Überschussware oder Restbestände von Textilunternehmen aus Baden-Württemberg, U Textilien, Reißverschlüsse, Knöpfe, Garne, werden wiederbelebt
<https://www.wiederbelebt.de/>



Ecosia wurde in Berlin gegründet und ist die größte gemeinnützige Suchmaschine der Welt. Mit ihren Gewinnen aus Werbeeinnahmen unterstützt Ecosia derzeit weltweit 47 Baumpflanzprojekte. Diese sitzen in 26 verschiedenen Ländern, darunter Spanien, Indien, Burkina Faso, Australien, Brasilien und Indonesien. Monatliche Finanzberichte ermöglichen einen transparenten Blick in Einnahmen und Ausgaben.
www.ecosia.org

AfB gGmbH ist Europas größtes gemeinnütziges IT-Unternehmen. Als Refurbisher schafft es durch Aufarbeitung und Verkauf gebrauchter IT- und Mobilgeräte Arbeitsplätze für Menschen mit Behinderung.
www.afb-group.de/home/



BEISPIELE FÜR SOCIAL ENTREPRENEURSHIP IN ÖSTERREICH

Rasenreich - RASENREICH ist der Ansicht, dass die im Fußball oft zitierte Haltung des Fair Play und des gegenseitigen Respekts nicht an den Begrenzungslinien des Spielfelds enden darf. Funktionalität und Design stehen bei unseren Produkten an erster Stelle - aber darüber hinaus ist es für uns selbstverständlich, weiter zu denken und zukunftsorientiert zu handeln. <https://www.rasenreich.com/>



SHADES TOURS organisiert bewegende Touren zu den Themen Armut & Obdachlosigkeit, Flucht & Integration und Sucht & Drogen. Das Besondere: sie werden von betroffenen Personen selbst geführt und blicken damit hinter die Kulissen der Stadt. <https://shades-tours.com/>

Sargfabrik - Verein für Integrative Lebensgestaltung -
Goldschlagstraße 169, 1140 Vienna AT
<https://sargfabrik.at/>



BEISPIELE FÜR SOCIAL ENTREPRENEURSHIP IN ÖSTERREICH

Markta schafft ein Angebot an regionalen, qualitativ hochwertigen Lebensmitteln für Konsument/innen in Städten und bietet einen direkten Verkaufskanal für ländliche Produzent/innen, der sie unabhängig von den herkömmlichen Handelsstrukturen macht.

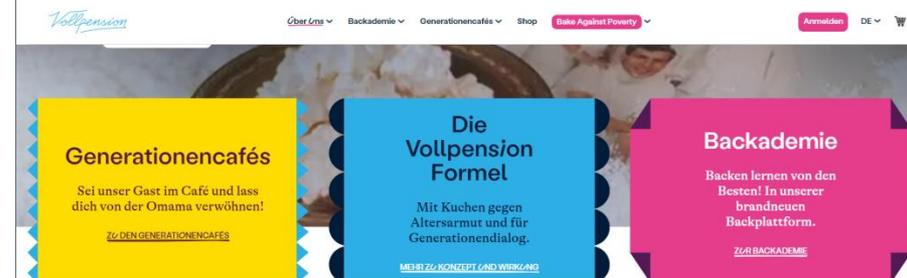
<https://markta.at/>



Wohnwagen schafft zukunftsfähige Wohnräume und reduziert den Fußabdruck durch kleinere, ökologisch gebaute Wohnräume, die sich mit erneuerbaren Energien im Kreislauf versorgen. Sie inspirieren dazu, das Thema Wohnen neu zu denken, und liefern ganz konkrete Lösungen für ein nachhaltiges Wohnen im Kreislauf mit der Natur

Die **Vollpension** verfolgt drei Impact-Ziele: erstens das Schaffen von Arbeitsplätzen für Senior/innen, die von Altersarmut bedroht oder betroffen sind; zweitens die Inklusion in der Gesellschaft von Senior/innen, die von Einsamkeit betroffen sind, und drittens die Verbindung von jungen und alten Generationen in der Stadt.

<https://www.vollpension.wien/>



Business Model Canvas: Vorlage

<p>Partner</p> <p>Wer sind unsere Schlüsselpartner? Wer sind unsere Schlüssellieferanten? Welche Schlüsselressourcen kommen von Partnern? Welche Schlüsselaktivitäten kommen von Partnern?</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Gesellschafter/Mitglieder ● Kooperationspartner ● Verbände/Institutionen ● Online Community ● Multiplikatoren ● Medienpartner ● Unternehmen ● Ehrenamtliche 	<p>Soziale Innovation</p> <p>Welche neuen Produkte, Dienstleistungen, Kooperationen haben wir? Welches sind unsere Schlüsselaktivitäten? Wie geschieht die Leistungserstellung?</p>	<p>Soziales Problem</p> <p>Welches soziale/ökologische Problem wollen wir lösen? Wer ist betroffen? In welchem Umfang? Wann? Warum? Wer arbeitet bereits an dem Problem?</p> <p>Soziale Leistung</p> <p>Welcher soziale Mehrwert entsteht für wen? Wie bedeutsam ist dieser Mehrwert? Was würde ohne das Angebot passieren?</p> <p>Marktleistung</p> <p>Welchen Wert vermitteln wir unseren Kunden? Welche Produkt- und Dienstleistungspakete? Welche Kundenbedürfnisse erfüllen wir?</p>	<p>Kunden-Beziehungen</p> <p>Welche Art von Kunden-Beziehung erwarten die Kunden von uns? Welche haben wir bereits? Wie passen sie zum Rest des Geschäftsmodells? Welche Kosten verursachen sie?</p> <p>Kanäle</p> <p>Über welche Kanäle wollen unsere Kunden erreicht werden? Wie erreichen wir sie jetzt? Welche funktionieren am besten? Welche sind besonders kostengünstig?</p>	<p>Kunden-Arten</p> <p>Für wen schaffen wir den sozialen Mehrwert?</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Wer sind die Kunden unserer sozialen Leistung? ● Wer sind die wichtigsten Kunden unserer Marktleistung?
<p>Kosten</p> <p>Welches sind die wichtigsten Kosten in unserem Geschäftsmodell? Welche Schlüsselressourcen sind besonders kostenintensiv?</p> <p>Bedenken:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Kosten reduzieren ● Kostendeckung über Projektförderung ● Verhältnismäßigkeit von Kosten zum Mehrwert 		<p>Einnahmequellen</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Einnahmen aus Verkäufen ● Einnahmen aus Dienstleistungen ● Zuwendungen aus Projektförderungen ● Beteiligungen ● Spenden ● Sponsoring ● Crowdfunding 		

Quelle: www.socialimpact.eu (eigene Bearbeitung 2018); www.unternehmergeist-macht-schule.de



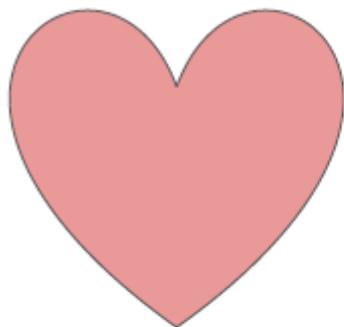
SWOT - NACHHALTIGKEIT

Environmental & Social Challenges & Big Trends	Strengths, Opportunities, Weaknesses & Threats		Prioritization & Action
<p>Challenges</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>What do you and others see changing? For example:</i> <ul style="list-style-type: none"> • Natural resource scarcity • Water availability • Waste & hazards • Global warming • Climate variability and extremes 	<p>S Strengths</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>How can our strengths address environmental challenges?</i> • <i>Start with traditional list of your companies' strengths, extend the list to the partners in your value chain</i> • <i>Consider core & transferable strengths (I.e. R&D, Eng.)</i> 	<p>W Weaknesses</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Who has similar weaknesses or faces similar risks?</i> • <i>Start with risks resulting from environmental challenges impacting markets (e.g. operations, regulation, commodity prices)</i> • <i>Include partners in list</i> 	<p>Prioritize</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Which insights will influence senior company stakeholders most?</i> • <i>Prioritise according to company vision and strategy</i> • <i>Identify strong messengers</i> • <i>Emphasise findings that would resonate with CEO and senior management</i>
<p>Trends</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>What are the sustainability relevant big trends? For example:</i> <ul style="list-style-type: none"> • Innovation & technology advances • Demographic & social shifts • Global economic dynamics • Political & regulatory requirements 	<p>O Opportunities</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Look at threats that currently are not addressed, and how you can address these threats</i> • <i>Consider the business value that can be created with new products, services and business practices</i> 	<p>T Threats</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Where are environmental challenges threatening future business value?</i> • <i>Consider both direct threats as well as threats to partners in the value chain</i> • <i>Look upstream and downstream and identify opportunities for joint action</i> 	<p>Act</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>What can be a short/mid/long term strategy?</i> • <i>Categorize generated insights according to where and when you can act</i> • <i>If needed, consider gathering more insights before planning action</i>



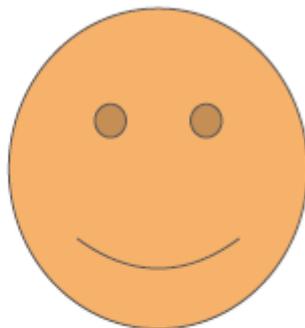
CROWDFUNDING MODELLE

IN SITU



**donation-based
Crowdfunding**

Philanthropic donation or gift, no return expected



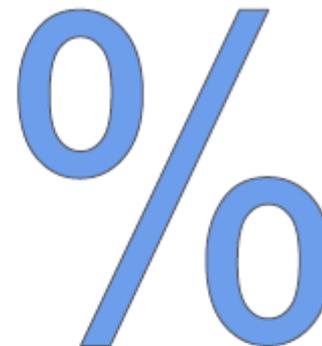
**reward-based
Crowdfunding**

Contribution in exchange for a perk or a pre-order of a product.



**equity-based
Crowdfunding**

Investment for an ownership stake in the business



**lending-based
Crowdfunding**

Capital repayment most often with interest

Quelle: www.crowdfundport.eu



- Beteiligung
- Viele Menschen machen mit
- Kleine Beträge auch
- Mitspracherecht
- Risiko: wie bei allen, groß
- Gegenleistung oft



CROWDFUNDING - SEITEN MIT AT-ZUGRIFF

<https://1000x1000.at/> - KMU, Innovationsprojekte

www.conda.at - Startups

<https://www.dagobertinvest.at/> - bestehende Unternehmen

<https://www.evercrowd.com/> - crowdfinancing

www.finnest.at - bestehende Unternehmen

www.fundraizer.at - Reward-based

www.greenrocket.com - Sustainability - Startups

www.homerocket.com - Immobilien

www.regionalfunding.at - reg. Projekte NÖ

www.rendity.com - Immobilien

www.respekt.net - Zivilprojekte

www.gemeinwohlprojekte.at - ethische Projekte



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

