



**Report zur Vermessung des steirischen
Social Business Sektors**

Stand 2019



Mit freundlicher Unterstützung von





Was soll hier vermessen werden und wofür brauchen wir das?

Ist die Steiermark ein durchgängig lebenswerter Ort, eine sprichwörtliche Insel der Seligen? Oder steht sie doch vor zahlreichen Herausforderungen, die es im Sinne einer bestmöglichen Lösung für alle anzupacken gilt? Diesen Grundfragen folgt in der Regel die Erkenntnis, welche gesellschaftlichen Herausforderungen jeden Einzelnen von uns zumindest gedanklich besonders beschäftigen. Gleichzeitig sollte sich jedem Einzelnen die Frage stellen, ob er in seinem Umfeld fortan vermehrt ein Teil der Lösung oder weiterhin ein Teil des Problems sein will.



Rüdiger Wetzl-Piewald
Geschäftsführer SBCS

Und dann gibt es jene unter uns, die aus persönlicher Überzeugung und anhand unternehmerischer Mittel die Verbesserung der Welt zu ihrem beruflichen Lebensinhalt machen. Wir vom Social Business Club Styria (SBCS) nennen diese Menschen Social Entrepreneurs, die mit der Durchführung von Social Business ihren Beitrag zur positiven gesellschaftlichen Entwicklung leisten wollen. Auch wenn jeder von uns das eine oder andere Unternehmen kennt, das ihm aufgrund seiner nachhaltig gestalteten Produkte sympathisch ist, so hat sich bis dato niemand zum Ziel gemacht, eine Zusammenstellung von sozial innovativen Unternehmen und deren gesellschaftliche Wirkung durchzuführen. Dieses Ziel soll der vorliegende Report bestmöglich erfüllen und damit einen neuen Einblick in diesen zukunftsweisenden Wirtschaftssektor geben. In diesem Sinne darf ich ein positives Leseerlebnis garantieren und wünsche dabei viel Vergnügen.

ps: Vielleicht wundert sich der Leser über zahlreiche ihm bis dato unbekannte Firmennamen, während eine diverse Zahl an „üblichen Verdächtigen“ keine Berücksichtigung gefunden hat. Das liegt an den bewusst eng angelegten Kriterien für Social Entrepreneurship, die einen eigenen Weg zur Erreichung gesellschaftlicher Entwicklungsziele anhand unternehmerischer Herangehensweisen markiert.

Was ist der Social Business Club Styria?

Der Social Business Club Styria, auch bekannt als die „Komfortzone für gesellschaftlich orientiertes Unternehmertum“, versteht sich als steirisches Kompetenzzentrum und zentrale Drehscheibe für Social Business und Social Entrepreneurship.

Unsere Organisation richtet sich an alle Unternehmer*innen und unternehmerischen Menschen, die mit ihrem wirtschaftlichen Handeln gezielt gesellschaftliche Wirkungen erzielen wollen. Hier bieten wir Know How und Inspiration, fördern Diskurs und Vernetzung und leisten konkrete Unterstützung für interessierte Unternehmen und Stakeholder.



Inhaltsverzeichnis

Social Business– was ist das genau?.....	5
Kernkriterien für Social Business.....	6
Beispiel atempo.....	7
Die steirische Social Business Karte auf einen Blick.....	8
Auflistung von in der Steiermark ansässigen Social Business Betrieben.....	9
Beispiel Bike Citizens.....	13
Social Business in den steirischen Regionen.....	14
Unternehmerischer Wirkungsradius.....	15
Beispiel dahir.....	16
Einordnung nach Branchen.....	17
Grad der Digitalisierung.....	18
Beispiel Das Gramm + Das Dekagramm.....	19
Wirkungsbereiche von Social Business.....	20
Beispiel Herbsthofer.....	22
Social Business und die globalen Nachhaltigkeitsziele.....	23
Beispiel Homefarmer.....	24
Bevorzugte Kundengruppen.....	25
Wer profitiert von Social Business?.....	26
Beispiel Velofood.....	27
Ist Social Business Frauensache?.....	28
Beispiel Weltweitwandern.....	29
Schlussresumee – Was es gibt und was es braucht.....	30
Danksagung.....	31

Aus Gründen der erleichterten Lesbarkeit wird, von begründeten Fällen abgesehen, auf die Nennung der weiblichen Ausdrucksform verzichtet. Natürlich ist die gleichwertige Stellung hier mitgedacht.



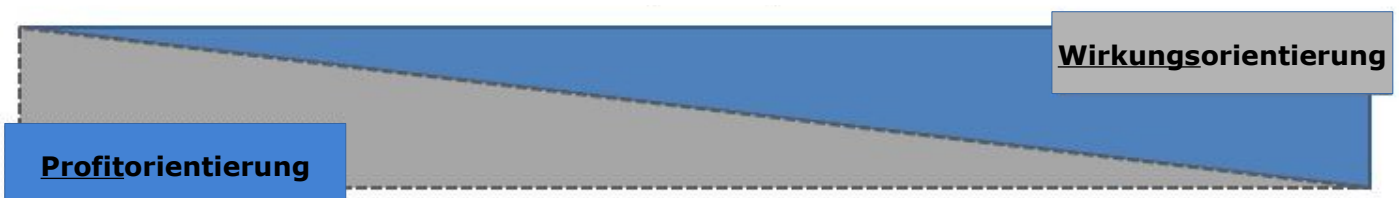
Social Business– was ist das genau?

Wir stehen vor einer Vielzahl gesellschaftlicher Herausforderungen. Klimawandel, Kinder- und Altersarmut, Reformstau im Bildungssystem, Integration geflüchteter Menschen, Inklusion oder demografischer Wandel sind nur einige Beispiele.

Social Business versucht, die **Potenziale jener Menschen für innovative Lösungsansätze** zu nutzen, deren Gemeinsamkeit ein unternehmerischer Ansatz ist. Social Business bzw. die als Social Entrepreneur bezeichnete Unternehmerpersönlichkeit bietet – neben staatlich organisierter Hilfe und zivilgesellschaftlichem Engagement – einen **dritten Weg zur Lösung gesellschaftlicher Probleme**.

Social Business bedient sich dazu der bestimmenden Elemente aus profitorientierter Wirtschaftswelt und wirkungsorientiertem Non Profit Sektor und fügt diese zu einem praktischen Modell zusammen, das auf unternehmerische Weise gesellschaftlichen Mehrwert erzeugt

Profit vs. Wirkung



Vorlage: Social Entrepreneurship Netzwerk Deutschland (<https://www.send-ev.de>)

Damit sitzt Social Business bewusst „zwischen den Stühlen“ von Regelwirtschaft und Gemeinnützigkeit. Während die positive Wirkungsorientierung als prägendes Motiv meist im Vordergrund bleibt, erlaubt der unternehmerische Ansatz die weitgehende Unabhängigkeit von zweckgewidmeten Drittmitteln und der marktorientierte Zugang ein höchstmögliches Maß an Gestaltungsfreiheit und Innovationskraft.



Kernkriterien für Social Business

Der Ansatz von Social Business orientiert sich an klar definierten Vorgaben, deren Erfüllung die eindeutige Identifikation von wirkungsorientierten Unternehmen ermöglicht:

1. Die **Lösung bzw. Verbesserung von gesellschaftlichen Herausforderungen** im Sinne der **UN-Ziele für nachhaltige Entwicklung** spielt eine zentrale Rolle im Rahmen der gewerblichen Aktivitäten.
(vs. freiwilliger Zusatz auf Basis von Corporate Social Responsibility)
2. Der Lösungsansatz wird **auf Basis von unternehmerischer Aktivität** durchgeführt. Dazu gehört die innovationsgetriebene Entwicklung und Bereitstellung marktgerechter Produkte und/oder Dienstleistungen.
(vs. ehrenamtliche Tätigkeit)
3. Das Unternehmen erhält sich möglichst vollständig, zumindest aber über 50% **aus selbst erwirtschafteten Markterträgen**. Signifikante Gewinnanteile werden in die Wirkungsorientierung reinvestiert.
(vs. überwiegende Aufwandsdeckung durch Förderungen, Spenden etc.)
4. Das Unternehmen wird **auf Basis von persönlichem Risiko** der Eigentümer bzw. wesentlicher Gesellschafter geführt
(vs. Risikoauslagerung auf Trägersgesellschaft, Konzernmutter, öffentliche Hand etc.)

Alle für diesen Vermessungsreport aufgenommenen Unternehmen wurden auf die oben genannten Kriterien überprüft. In zahlreichen Fällen war eine Abwägung notwendig, wobei in diesem Fall ein besonderer Fokus auf die Unternehmerpersönlichkeit gelegt wurde. Als Basis liegt hier die Annahme zu Grunde, dass nachhaltige Geschäftsmodelle auch aus rein ökonomischer Opportunität betreibbar sind. Im Falle einer lukrativeren Geschäftsmöglichkeit wird das auf Nachhaltigkeit aufgebaute Geschäftsmodell rasch zugunsten der lukrativeren Option zurückgefahren, während der Social Entrepreneur aus persönlicher Überzeugung bei seinem wirkungsorientierten Kerngeschäft bleibt bzw. dieses laufend weiterentwickelt.



Beispiel atempo

Alle Menschen sollen gleichberechtigt miteinander leben, lernen und arbeiten können



atempo

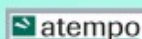


Leitidee und zugleich Kerngeschäft von atempo ist die Gleichstellung von Menschen. Dafür entwickelt und vertreibt atempo Produkte und Dienstleistungen, die das Leben für Menschen mit und ohne Behinderung leichter machen.

Unter der Marke **capito** bietet atempo barrierefreie Informationen für Menschen mit Lese- und Lernschwierigkeiten an. Kunden sind Unternehmen, Behörden und Organisationen, die ihre Zielgruppen mit verständlicher Information erreichen möchten. In der **capito App** werden diese Übersetzungen digital am Smartphone bereitgestellt.

Das zweite Produkt unter der Marke **nueva** beschäftigt sich mit der Überprüfung von Qualitätsstandards in Services für Menschen mit Behinderungen, für Jugendliche und alte Menschen. Das Besondere: Die Sicht der Nutzerinnen und Nutzer steht im Mittelpunkt dieses Evaluationsverfahrens. Das jüngste Kind von atempo ist **ava**, ein Online-Marktplatz für Assistenz. Mit der digitalen Plattform wird die Organisation von Assistenz ganz leicht und flexibel – sowohl für Menschen die Assistenz brauchen als auch solche, die sie anbieten.

Rund um diese Marken bauten die Gründer Walburga Fröhlich und Klaus Candussi ein Social Franchise Netzwerk mit über 80 Partnern in der DACH-Region auf. atempo beschäftigt 80 Mitarbeiterinnen, davon sind 20 Menschen mit Lernschwierigkeiten und Behinderung.



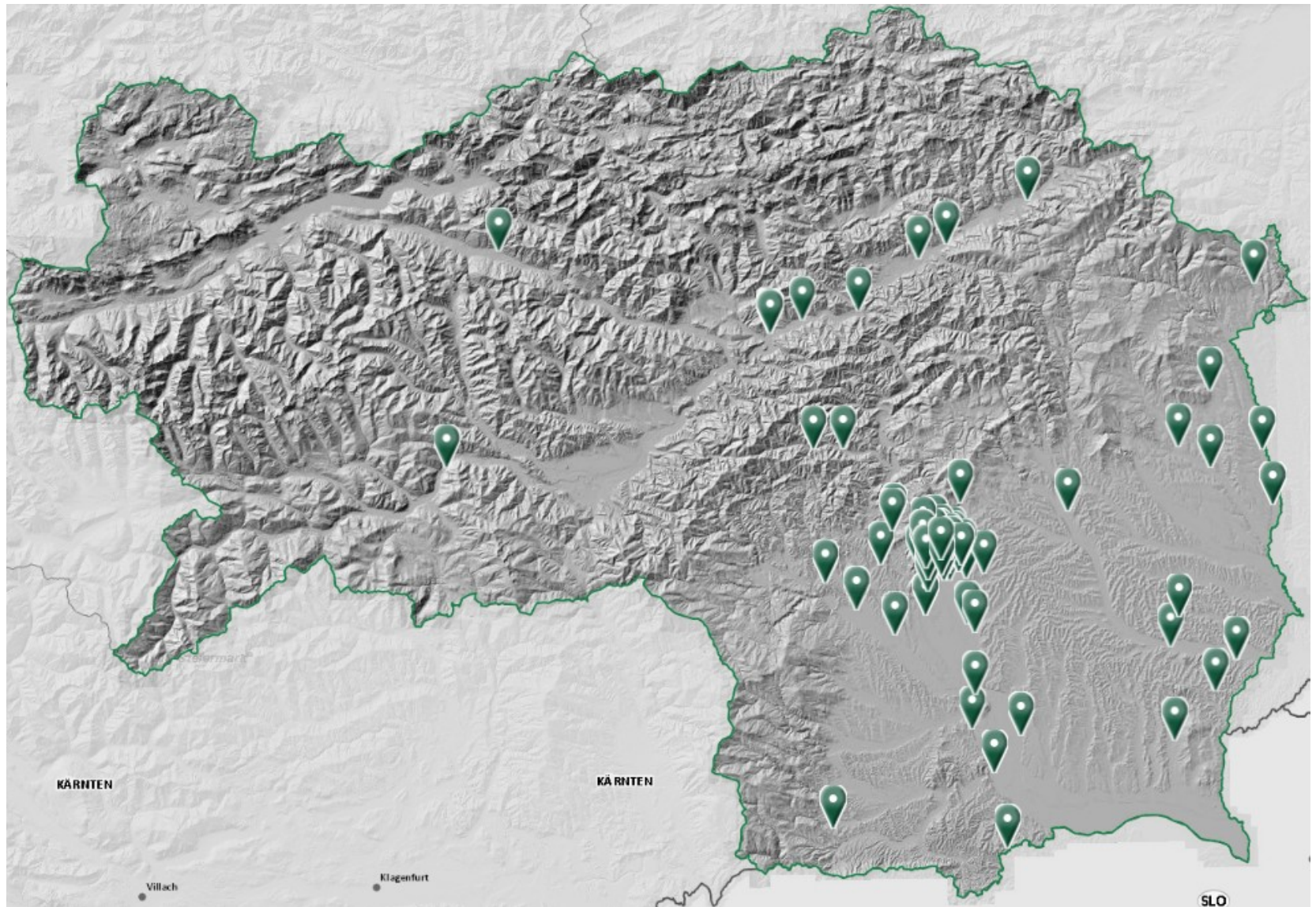
Digital kann sozial.



Die steirische Social Business Karte auf einen Blick

Mit 105 Betrieben verfügt die Steiermark über eine ansehnliche Zahl von gesellschaftlich wirksamen Unternehmen.

60% aller Betriebe befinden sich in der Landeshauptstadt Graz, in den Regionen Liezen und Obersteiermark West ist dagegen nur jeweils ein Betrieb ansässig. Generell lässt sich ein starkes Ost-West-Gefälle feststellen.



Auflistung von in der Steiermark ansässigen Social Business Betrieben

	Name	Unternehmensgegenstand	Standort	www
1	A-WARE Nutrition	rein pflanzlich erzeugtes Nahrungsergänzungsmittel aus lokaler biologischer Landwirtschaft	Hartberg	www.a-ware.at
2	aeijst	lokal produzierter Gin aus biologischer Landwirtschaft	Lang	www.aeijst.at
3	Akaryon	Spezialist für Umweltinformatik + Softwareentwicklung für Nachhaltigkeitsmessung und -verwaltung	Langenwang	www.akaryon.com
4	apflbutzn	fair produzierte und gehandelte Textilmode	Graz	www.apflbutzn.at
5	ARGE Abfallvermeidung, Ressourcenschonung und nachhaltige Entwicklung GmbH	Beratung + Forschung + Ausbildung + zum Fachbereich Abfallvermeidung	Graz	www.arge.at
6	atempo	Zentrum für gleichberechtigtes leben, lernen und arbeiten	Graz	www.atempo.at
7	aufgegessen.at	Sammlung und kulinarische Verwertung von nicht geerntetem Obst und Gemüse	Graz	www.aufgegessen.at
8	bautastisch	Onlinemarkt für auf Baustellen übrig gebliebene Baustoffe	Hart bei Graz	www.bautastisch.at
9	bikecitizens	Navi-App für Fahrräder + Mobilitätsconsulting für Kommunen	Graz	www.bikecitizens.net
10	Biohof Labonca	Pionierunternehmen für innovative biologische Landwirtschaft	Burgau	www.labonca.at
11	BIOSTAR OIL GmbH	biologisch abbaubare Schmierstoffe und Industrieöle	Ragnitz	www.biostar-oil.com
12	Bioweingut und -buschenschank Knaus	Pionierunternehmen für biologischen Weinbau	Sulztal a.d. Weinstraße	www.biowein-knaus.at
13	BrainyClothes	fair produzierte und gehandelte Textilmode	Gössendorf	www.brainyclothes-nife.com
14	BuddyMe	Freizeitpartnerbörse für echte Freundschaften	Graz	www.buddyme.me
15	Büro für erneuerbare Energie (Ing. Leo Riebenbauer GmbH)	Planung + Entwicklung + Betreibung von Projekten für erneuerbare Energie	Pinggau	www.riebenbauer.at
16	chic ethic	Geschäft für Produkte aus fairem Handel, bio-fairem Anbau und ausgewähltem europäischen Handwerk	Graz	www.chic.ethic.at
17	Compuritas	Pionierunternehmen für Reparatur und Wiederverwendung von Computergeräten	Graz	www.compuritas.at
18	dahir	sozioökonomisches Immobilien- und Beziehungsmanagement	Graz	www.dahir.eu
19	das gramm + das dekagramm	verpackungsfreie Greißlerei und Erlebnissupermarkt	Graz	www.dasgramm.at
20	Das tapfere Michilein	Produktion + Handel mit Modetaschen aus re-use Material	Graz	www.dastapferemichilein.at
21	Deftbox	vollständig nachhaltige Sitzhocker aus Wellpappe	Mürzhofen	www.deftbox.com
22	Die Tortenkomponisten	Bio-Schaukonditorei + Bio-Kaffeerösterei + Bio-Lebensmittelhandel	Söding	www.dietortenkomponisten.at
23	dogdays of summer	Fair Fashion Vintage Shop	Graz	www.dogdaysofsummer.at
24	doro Turbine	ökologisch orientiertes Kleinstwasserkraftwerk	Gratwein-Straßengel	www.doro-turbine.com
25	Ecosys	Energiesparsysteme für Unternehmen	Voitsberg	www.oecosys.com
26	ecoversum	Nachhaltigkeitsberatung + Schulung für Unternehmen und Kommunen	Graz	www.ecoversum.at
27	Efficient Energy Technology GmbH (EET)	zeitgemäße Photovoltaiklösung für Eigenheime	Graz	www.eet.energy

Auflistung von in der Steiermark ansässigen Social Business Betrieben

28	Eisperle	vegane Eiscreme aus hochwertigsten Zutaten	Graz	www.eisperle.at
29	Elektro Merl 1928	Planung + Anlagenbau für Alternativenergie, Wasseraufbereitung und nachhaltige Industrie	Bruck	www.merl1928.com
30	ermellino lifestyle	Sustainable Lifestyle Design	Graz	www.ermellino.at
31	EWB Pirsch GmbH	Pionierunternehmen für steirischen Fairtrade-Handel	Proleb	www.einewelthandel.com
32	Farben Kubelka	Erzeugung und Verkauf von Naturfarben und Lacken	Wildon	www.farbenkubelka.at
33	ferroDECONT GmbH	chemiefreie Reinigung giftiger Abwässer + re-use von entfernten Schwermetallen	Leoben	www.ferrodecont.at
34	Forschungsgesellschaft Mobilität	Forschung + Beratung + Umsetzung für nachhaltige Mobilitätskonzepte	Graz	www.fgm.at
35	gain&sustain OG	Beratung + Umsetzung für gesellschaftlichen Wandel	Graz	www.gainandsustain.eu
36	GARY MASH	Vegan + Fairtrade zertifizierte Mode aus 100% Bio-Baumwolle	Unzmarkt	www.garymash.com
37	Gerhold GmbH	Vorreiter für klimaneutrale Heißgetränkeversorgung aus Automaten	Kaindorf	www.gerhold.at
38	gertrud - Taschen	handgemachte Designtaschen aus 100% Recyclingmaterial	Graz	www.gertrud.at
39	goFair	Vorreiter für klimaneutrale Heißgetränkeversorgung aus Automaten	Kaindorf	www.gofair.at
40	Greendrive	Internetplattform zur Vermittlung von dynamischen Mitfahrgelegenheiten	Graz	www.greendrive.at
41	Green Market	Marktplatz für steirische Unternehmen, die sich den Kriterien nachhaltigen Wirtschaftens verpflichten	Graz	www.green-market.at
42	Grünes Känguru	Design und Handel mit regional hergestellter Bio Babykleidung	Wies	www.gruenes-kaenguru.com
43	Grünschnitt	Vegan-Vegetarischer Friseursalon	Graz	www.friseur-gruenschnitt.at
44	heidenspass	Upcycling-Design-Werkstatt und soziales Arbeitsprojekt	Graz	www.heidenspass.cc
45	himal hemp	Design und Handel mit Textilwaren von nepalesischen Partnerbetrieben	Graz	www.himalhemp.at
46	homefarmer	Miete dein Schwein und erlebe artgerechte Haltung und ehrlichen Fleischgenuss	Wolfsdorf	www.homefarmer.at
47	IM POLYMER GmbH	CO ₂ -effiziente und biologisch abbaubare Verpackungslösungen auf Polymerbasis	Leoben	www.impolymer.com
48	Instahelp	Digitale Plattform für mentale Gesundheit (Psychologische Online-Beratung)	Graz	www.instahelp.at
49	Ist-Mobil	bedarfs- & nachfrageorientierte Mobilitätsangebote für jedermann (als Erweiterung zu öffentlichem Verkehr und abseits vom eigenen Auto)	Graz	www.istmobil.at
50	Johanna Hauk Modelabel	Modelabel für in Österreich handgefertigte + vegane Bio-Mode	Graz	www.johannahauk.com
51	Kahli	Kakaolimonade aus der Steiermark – 100% bio und fair	Graz	www.kakaolimonade.com
52	libuni	Das nachhaltige Reisgetränk als Basis für eine verantwortungsvolle Gesellschaft	Graz	www.libuni.eu
53	Life Earth Reisen GmbH	Faires Reisebüro und nachhaltige Gewürzmanufaktur	Kindberg	www.lifeearth.at
54	Konditorei Purkarthofer	Pionierunternehmen für ökologisch und sozial vorbildhaftes Konditoreiwesen	Fernitz	www.purkarthofer-eis.at

Auflistung von in der Steiermark ansässigen Social Business Betrieben

	Name	Unternehmensgegenstand	Standort	www
55	Mach & Partner ZT-GmbH	Pionierbetrieb für Kulturtechnik & nachhaltige Wasserwirtschaft	Gratwein-Straßengel	www.mach-partner.at
56	Makava	biologisch + fair + regional produziertes Erfrischungsgetränk mit Kultfaktor	Graz	www.makava.at
57	Malerbetrieb Herbsthofner	erster und einziger klimaneutraler Malerbetrieb in Europa	Kaindorf	www.herbsthofner.com
58	Managerie	Pionierunternehmen für soziale Innovation und gesellschaftliche Entwicklung im urbanen Raum	Graz	www.managerie.at
59	mapbag (plusminus design)	handgefertigte Designtaschen aus wasser- und reißfestem Papier (vegan und recyclebar)	Graz	www.mapbagrag.com
60	Marry	nachhaltiger Lifestyle mit dem vegan + naturbelassen + regional produzierten Eistee	Graz	www.berried-icetea.com
61	Meemo-tec	App-Lösung zur Dokumentation depressionsbedingter Stimmungsschwankungen	Graz	www.meemo-tec.com
62	milli lux	Design und Herstellung von Stofflampenschirme aus Re-use-Cotton	Graz	www.millilux.at
63	miraconsult	Nachhaltigkeitsberatung + Schulung für Unternehmen und Kommunen	Lieboch	www.miraconsult.at
64	Muchar Upcycles	Upcycling-Design-Fahrradwerkstatt und Handel	Graz	www.mucharupcycles.com
65	nahgenuss.at	innovativer und informativer Onlineshop für Bio-Fleisch direkt vom Bauernhof	Graz	www.nahgenuss.at
66	nahwaerme.at	Planung + Bau + Betrieb von Anlagen für Ortswärmeversorgung auf Basis erneuerbarer Energieträger	Seiersberg-Pirka	www.nahwaerme.at
67	Ompura GmbH	Lokal produzierte Woll- und Lodentextilien aus nachwachsenden, naturreinen Materialien	Gaishorn am See	www.ompura.com
68	Organic Cocktails	Mobile Cocktailbar mit ausschließlicher Verwendung von saisonal-regional bzw. fair gehandelten Zutaten	Leibnitz	www.facebook.com/ → Organic Cocktails
69	Pach Wasch- und Putzmittel	Pionierbetrieb für Reinigungsmittel auf rein biologischer Basis	Übelbach	-
70	Peaces	handbedruckte Biomode – vegan und fair	Übelbach	www.peaces.bio
71	Perludi	Produktion hochwertiger Kindermöbel aus nachwachsenden Rohstoffen	Graz	www.perludi.com
72	pilzkiste	Produktion und Handel mit auf Kaffeesatz gezogenen Austernpilzen	Graz	www.pilzkiste.at
73	Plural Fashion	Modelabel für in Österreich handgefertigte + vegane Bio-Mode	Graz	www.plural-fashion.com
74	PRO.SUSTAIN Unternehmensberatung	Nachhaltigkeitsberatung + Schulung für Unternehmen und Kommunen	Graz	www.prosustain.at
75	Pro Sustainability	Nachhaltigkeitsberatung + Schulung für Unternehmen und Kommunen	Graz	www.prosustainability.com
76	Rebikel	Upcycling-Design-Fahrradwerkstatt und Handel	Graz	www.repauer.at
77	reblock	Schreibblöcke und Notizbücher aus bereits verwendeten Papierseiten	Graz	www.reblock.at
78	Regionarrisch	regionale + natürliche + gesunde Produkte sind nachhaltig produziert und verpackungsfrei erhältlich	Graz	www.regionarrisch.info
79	Reparatur- und Servicezentrum Graz	Pionierunternehmen für Reparatur und Wiederverwendung von Haushaltsgeräten	Graz	www.rusz.at/grazhome
80	Saphium Biotechnology GmbH	Entwicklung + Produktion biotechnologisch nachhaltiger Produkte für den Agrarsektor	Kapfenstein	www.saphium.eu
81	Schubidu Quartet!	Multimediaagentur mit Fokus auf gesellschaftsrelevante Themen und wirkungsorientierte Kunden	Graz	www.schubiduquartet.com

Auflistung von in der Steiermark ansässigen Social Business Betrieben

	Name	Unternehmensgegenstand	Standort	www
82	Sekem Energy GmbH	Entwicklung leistbarer und umweltschonender Energieversorgung mit Nutzung regionaler Ressourcen	Hitzendorf	www.sekemenergy.com
83	Sindbad Graz	Chancengeber f. Schulabgänger + innovativer Lehrlingsrecruiter + Plattform f. Social Leadership	Graz	www.sindbad.co.at
84	skillXchange	skillXchange verbindet Menschen miteinander, die sich gegenseitig ihre Fähigkeiten beibringen können	Graz	www.skillxchange.at
85	Skimöbel	Designmöbel aus wiederverwendeten Skibrettern + individueller Skibau	Graz	www.skimobel.at
86	Social Innovators KG	Projektentwicklung + Unterstützung für soziale Innovation	Graz	http://si-incubator.at
87	SOLID	Pionierbetrieb für Entwicklung, Design und Installation von Solartechnologie	Graz	www.solid.at
88	sonected	onlinebasierendes Tool zur Organisation, Verwaltung und Kommunikation von Vereinsstrukturen	Graz	www.sonected.at
89	Sportbionier	biologisch + regional + sozial fair produzierte Sporternährungsprodukte	Fehring	www.sportbionier.com
90	StadtLABOR	Innovationslabor für nachhaltige und lebenswerte Städte und Gemeinden	Graz	www.stadtlaborgraz.at
91	Stenum GmbH	Pionierbetrieb für Analyse von umweltrelevanter Ressourceneffizienz in Unternehmen und Kommunen	Graz	www.stenum.com
92	Stoffgeschichten	Handel mit biologisch produzierten + behandelten Bekleidungs- und Dekostoffen	Graz	www.stoff-geschichten.at
93	Stoffwechsel	Handel mit Kleidung aus umweltschonender Rohstoffproduktion + fairen Arbeitsbedingungen	Feldbach	www.stoffwechsel.at
94	Strohboid	Design und Bau von hochinnovativen Pavillons + Festzelten + Chalets aus Stroh, Holz und Lehm	Fehring	www.strohboid.com
95	suntap	Speziell für Anforderungen in Entwicklungsländern gestaltetes solares Heißwassergerät	Graz	www.suntap.solar
96	sustainable – Agentur für Nachhaltigkeit	Nachhaltigkeitsberatung + Schulung für Unternehmen und Kommunen	Graz	www.sustainable.at
97	Tres Hombres	fair produzierter Rum und Schokolade vom weltweit einzigen kommerziell aktiven Segelschiff	Stainz bei Straden	www.treshombres.at
98	UrbanGold	Technologie zur Gewinnung von Wert- und Edelmetallen aus Elektro- und Elektronikschrott	Leoben	www.urbangold.at
99	Velofood	vollständig nachhaltiger + sozial fairer Essenszustelldienst	Graz	www.velofood.at
100	Verpackungszentrum Graz (VPZ)	Pionierbetrieb für Entwicklung und Vertrieb von biogenen Lebensmittel- u. Transportverpackungen	Graz	www.vpz.at
101	vision müllfrei	Workshops und Beratungsangebote für den Umstieg auf zero waste (= null Müll!)	Gratwein-Straßengel	www.visionmuellfrei.at
102	weltweitwandern	Pionierbetrieb für Reiseplanung und -gestaltung im Einklang mit Natur und einheimischer Bevölkerung	Graz	www.weltweitwandern.at
103	Woodheroes	Produktion hochwertiger Spielzeugprodukte aus nachwachsenden Rohstoffen	Graz	www.woodheroes.at
104	Zerum	Label für ausschließlich unter fairen und nachhaltigen Bedingungen produzierte Lifestyle-Mode	Graz	www.zerum.at
105	Zotter Schokoladen Manufaktur	Pionierunternehmen für hochwertige Schokolademanufaktur mit durchgängig nachhaltiger Lieferkette	Bergl	www.zotter.at



Beispiel Bike Citizens



„Wir sahen das Bedürfnis, Menschen die schönen Seiten des Radfahrens zu vermitteln.“

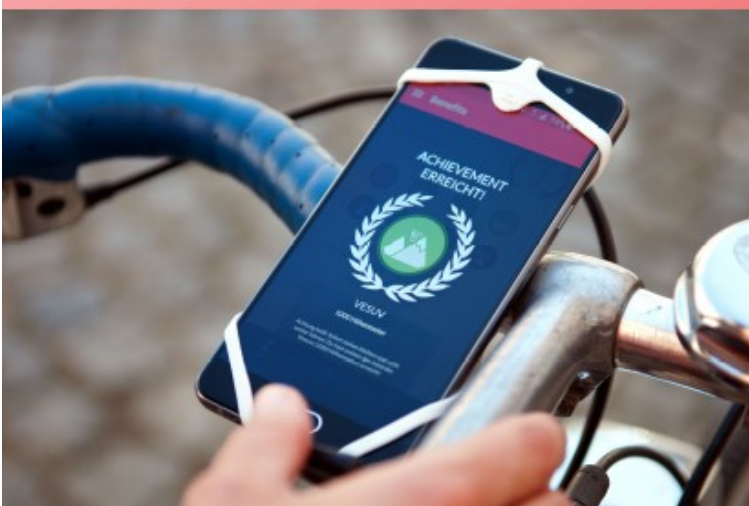
Daniel Kofler und Andreas Stückl, Gründer von Bike Citizens

Mit der zunehmenden Urbanisierung gelangt die Infrastruktur in vielen Städten an ihre Kapazitätsgrenzen. Wer schnell von A nach B kommen will, steigt bereits jetzt zunehmend auf Fahrrad und öffentliche Verkehrsmittel um. Eine neue Generation an umweltbewussten und engagierten Bürger*innen will sich an der Verbesserung ihres unmittelbaren Lebensumfeldes beteiligen. Straßen sind nicht mehr allein ein Ort für Fahrzeuge aller Art, sondern ein shared space für alle Stadtbewohner*innen.



Ziel von Bike Citizens ist es, das Radfahren in Städten attraktiver zu machen und dadurch zu einer Verbesserung der urbanen Lebensqualität beizutragen. Dafür entwickeln wir eigene Produkte wie das Bike Citizens Navi App und bieten radfahrenden Menschen eine Plattform für Information und Austausch.

Mit Hilfe der Schwarmintelligenz von mehr als 800.000 Usern bieten wir technologische Lösungen und Mobilitätskonzepte für durch zunehmenden Verkehr und Luftverschmutzung geplagte Städte.

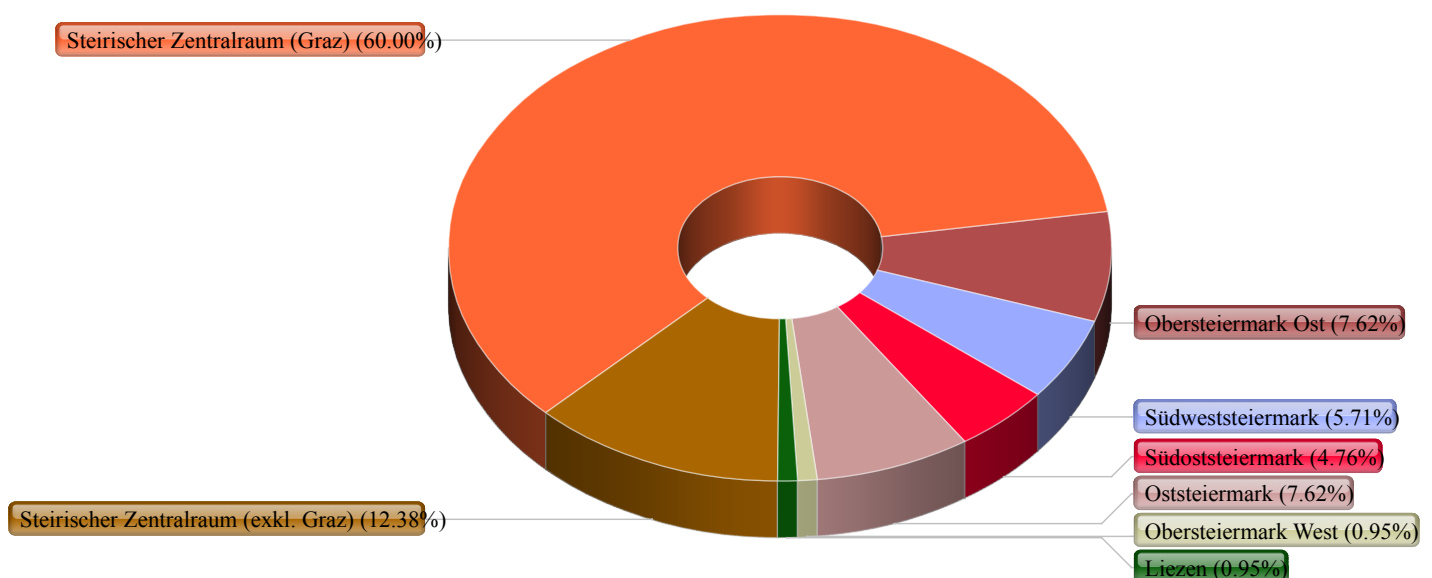




Social Business in den steirischen Regionen

Soziale Innovation wird oft als ein urbanes Phänomen gewertet, und tatsächlich steht diese Annahme im internationalen Vergleich auf sicheren Beinen. Die erhöhte Bevölkerungsdichte im städtischen Raum bringt ein größeres Maß an gesellschaftlichen Herausforderungen mit sich. Gleichzeitig schaffen Städte auch umfangreiche Infrastruktur und Bildungsangebote zur Begegnung dieser Herausforderungen. Es treffen sich also Angebot und Nachfrage.

Auch die Steiermark bildet hier keine Ausnahme, ganze 60% der 105 erfassten Betriebe sind in der Landeshauptstadt Graz ansässig. Immerhin 40% der Unternehmen befinden sich außerhalb der steirischen Metropole, die unterschiedliche Anzahl in den Regionen lässt dabei einige Muster erkennen. Während sich im steirischen Zentralraum die Nähe zum Ballungsraum Graz auch in der vermehrten Anzahl an Social Business erkennbar macht, bietet die Region Obersteiermark Ost mit ihren Hochschulstandorten Leoben und Kapfenberg ideale Voraussetzungen für hochtechnologisch orientiertes Social Business und kann entsprechend einige Betriebe vorweisen. In der Oststeiermark und Südoststeiermark hat sich das langjährige Engagement zur Etablierung von vorbildlichen Ökoregionen bezahlt gemacht, auch die Südweststeiermark hat eine kleine aber feine Vielfalt an Betrieben vorzuweisen. Die Regionen Obersteiermark West und Liezen sind dagegen klar unterrepräsentiert, hier sollten vor allem Betriebe mit Innovationen zur Begegnung von Abwanderung und demographischem Wandel punkten können.

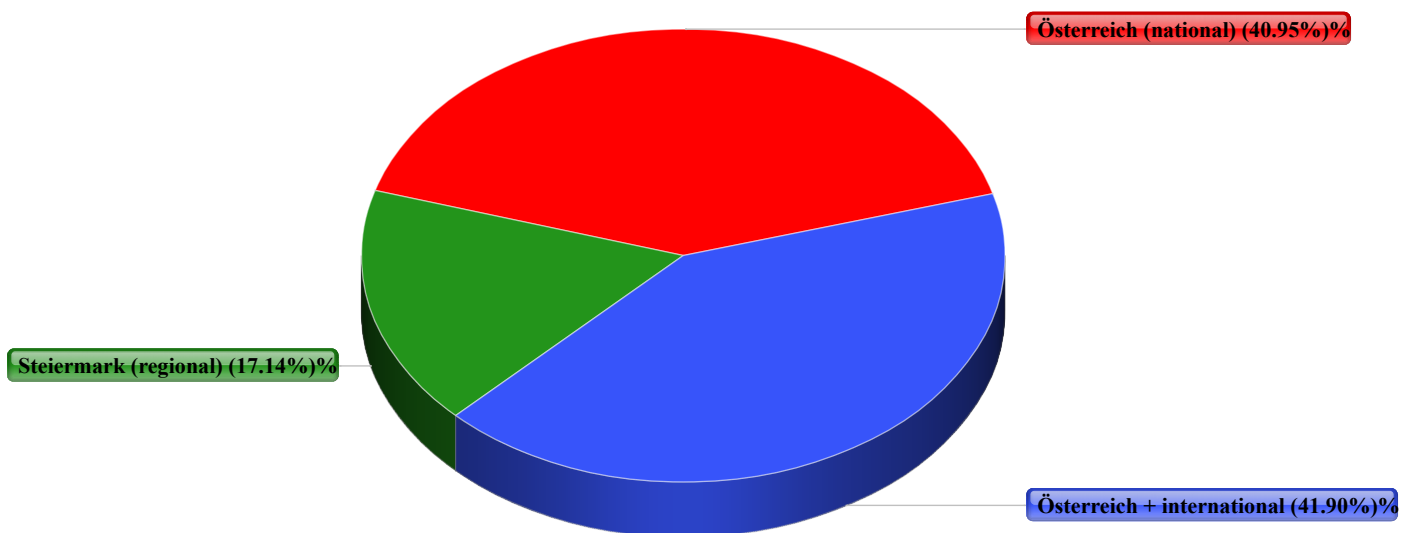




Unternehmerischer Wirkungsradius

Österreich ist eine Exportnation, die steirische Wirtschaft reiht sich in diesen über die Landesgrenzen blickenden Unternehmergeist nahtlos ein. Doch wie sieht es mit der Exportfähigkeit von Social Business aus? Eine erste Assoziation zu gesellschaftlich wirksamem Unternehmertum reduziert den Blick meist auf die Bekämpfung lokaler Herausforderungen, doch das Gegenteil ist der Fall.

Von den untersuchten Betrieben sind nur 17,14% ausschließlich in ihrer Heimatregion bzw. dem Bundesland aktiv. Rund 41% aller Unternehmen sehen ihren Markt im ganzen Bundesgebiet und 42% setzen ihre Geschäftsidee im In- und Ausland um. Damit liegen der steirische Social Business Sektor auf dem Niveau der allgemeinen steirischen Exportquote und trägt damit auch über die Landesgrenze hinaus zu positiver gesellschaftlicher Entwicklung bei.





Beispiel dahir

Die Vision der dahir ist, eine ganzheitliche Renditeberechnung mit wesentlichem sozialen Impact in der Immobilienbranche zu etablieren.

dahir

sö. Immobilien & Beziehungs Management



Das Hausverwaltungs- und Consultingunternehmen dahir ist in der Immobilienbranche als Social Business Pionier. Unser Ansatz ist, die Denkweise, das Verhalten und die Praktiken von ImmobilienverwalterInnen, LiegenschaftseigentümerInnen und auch MieterInnen dahingehend zu verändern, dass die Bedürfnisse aller genannten Stakeholder gleich gesetzt und dadurch Potenziale sichtbar werden.

Der persönliche Beziehungsaufbau hat oberste Priorität und führt zu einer wertschätzenden, auf gegenseitigem Respekt aufbauenden Vertrauensbasis.

Diese Vertrauensbasis ist die beste Prophylaxe für zwischenmenschliche Konflikte, Missverständnisse aber auch ökonomische Eskalation. Somit entsteht für die MieterIn ein Gefühl der Sicherheit, Geborgenheit und eine Stabilisierung der Wohnsituation. Für die EigentümerIn erzeugt das ökonomischen Mehrwert, Prognosesicherheit und ein gutes Gefühl einen gesellschaftlichen Beitrag zu leisten.

Jeder in die Methode dahir investierte Euro multipliziert sich um den Faktor 4,73 (S.R.O.I. Analyse WU Wien 2018)





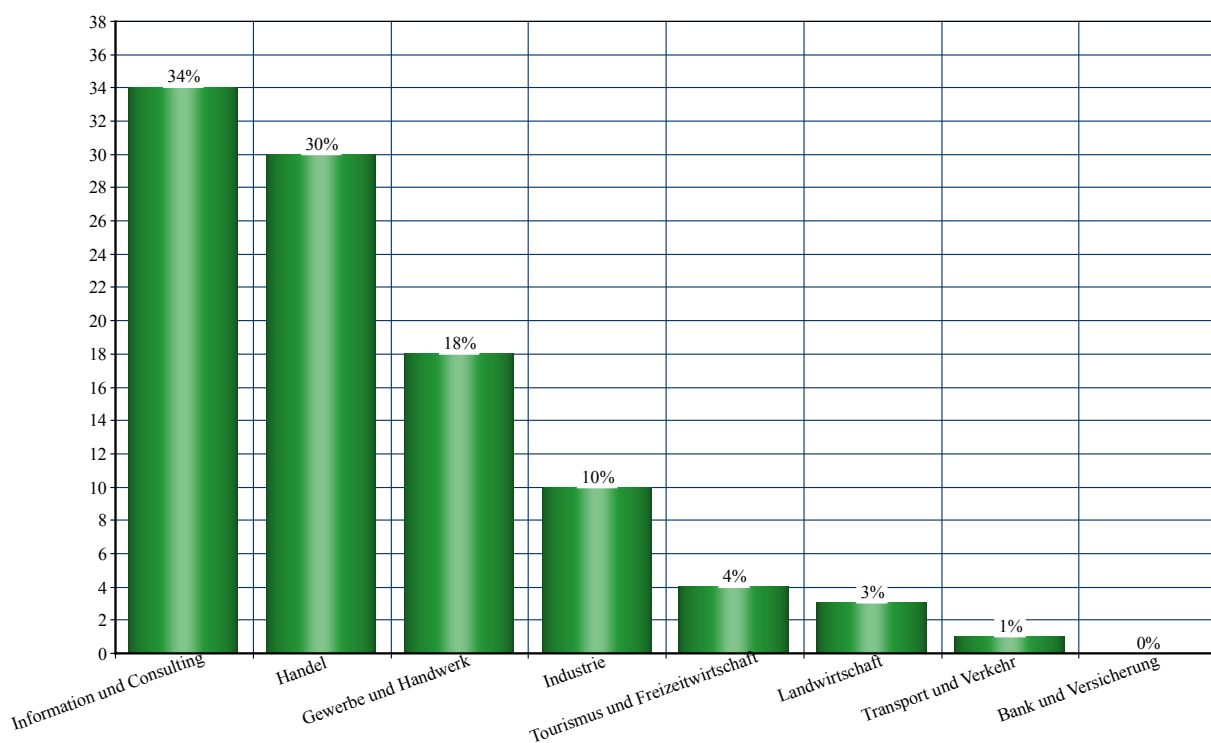
Einordnung nach Branchen

Die Wirtschaftskammer Österreich hat ein umfangreiches System zur Definition unterschiedlicher wirtschaftlicher Tätigkeiten entwickelt. Diese zum Teil aus dem alten Zunftwesen hervorgegangene Ordnung ist einer laufendem Modernisierung unterworfen, aktuell werden sämtliche österreichische Unternehmen ungeachtet von Unternehmensgröße, -umsatz oder Mitarbeiterzahl in sieben Sparten und über 90 untergeordnete Fachgruppen eingereiht.

Eine dahingehende Untersuchung lässt einerseits Rückschlüsse zu, wie weit das Thema Social Business bereits in die jeweiligen Sparte vorgedrungen ist. Weiters liefert sie Erkenntnisse über bevorzugte Formen zur Umsetzung wirkungsorientierter Innovation.

Rund zwei Drittel der Betriebe sind in den Sparten Information und Consulting sowie Handel beheimatet, weitere 28% sind in Gewerbe und Handwerk sowie der Sparte Industrie aktiv. Großes Potenzial gibt es im Bereich Tourismus und Freizeitwirtschaft und dem Transportwesen, nur vereinzelte Lebenszeichen gibt es in der Sparte Bank und Versicherung.

Für die vorliegende Untersuchung wurde auch der Landwirtschaftssektor aufgenommen, da sich hier direkt und indirekt enormes Potenzial für ökologisch und sozial innovatives Unternehmertum ergibt. 3% aller untersuchten Betriebe sind diesem Sektor zuzurechnen, von weiteren 10% basiert die Umsetzung des Kerngeschäfts auf der Förderung von nachhaltiger Landwirtschaft.



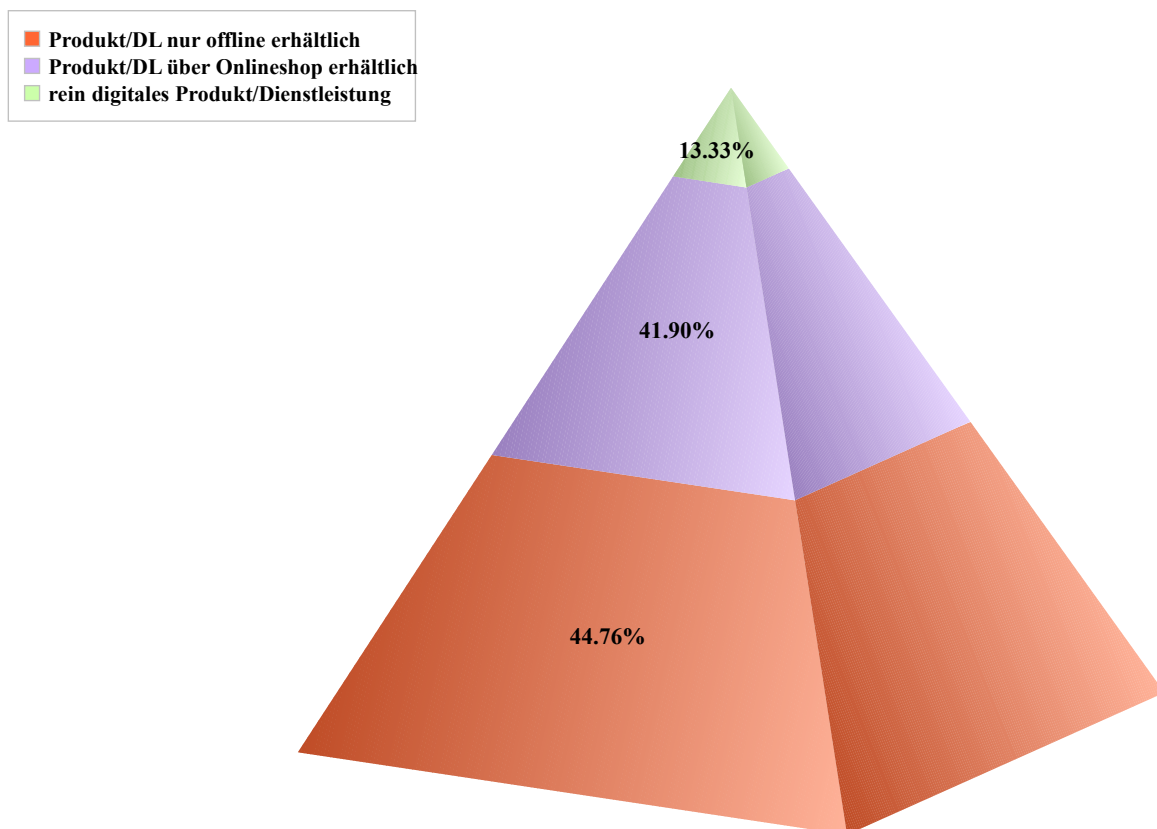


Grad der Digitalisierung

Die Digitalisierung wird von vielen Fachleuten als neue industrielle Revolution gewertet. In den vergangenen Jahren hat eine rasante Entwicklung an digitalen bzw. digital gestützten Geschäftsmodellen Einzug gehalten, die auch im Social Business Sektor zahlreiche Innovationen erlaubt.

Die Untersuchung des steirischen Social Business Sektor auf den Grad seiner Digitalisierung zeigt, dass rund 42% aller Betriebe ihre Produkte und Dienstleistungen über eigene oder unternehmensexterne Webshops anbieten. Weitere 13% setzen auf ein vollständig digitalisiertes Geschäftsmodell, das rein über den Zugang zu Computer- und Smartphone-Applikationen realisiert wird.

Mit rund 45% überraschend hoch wirkt die Anzahl der Betriebe, die zwar über einen Webauftritt verfügen, deren Produkte und Dienstleistungen aber nur „offline“ verfügbar sind. Die Erklärung dafür findet sich einerseits im Produktportfolio, dass bei 26% der Betriebe eine Onlinevermarktung nicht zulässt (zb Angebot von Beratungsleistungen, Projektentwicklung, Bau und Betrieb von Industrieanlagen etc.). 19% der Unternehmen verzichten, aus Mangel an Kapazitäten oder aufgrund bewusster Entscheidung, auf die Möglichkeit von digitalen Vertriebswegen.





Beispiel Das Gramm + Das Dekagramm



Vor fünf Jahren war das Thema der Plastikverschmutzung noch nicht im Mainstream angekommen (ist es vermutlich immer noch nicht ganz, aber immerhin gibt es jetzt gute Berichterstattung :-)). In meiner Blase (durch mein Studium der Umweltsystemwissenschaften) habe ich immer wieder etwas davon gelesen. Ich habe gesehen, dass es vielen Menschen nicht bewusst ist, wie viel (unnötigen) Verpackungsmüll sie erzeugen und dass sie unbewusst, nicht unbedingt ignorant durchs Leben gehen.



Mit „Das Gramm“ war es uns ein Anliegen, für Menschen Möglichkeiten zu schaffen, verpackungsfrei einzukaufen und zu hinterfragen, wo ihre Lebensmittel etc. herkommen. Über die Möglichkeiten-Schaffung hinaus haben wir uns immer mehr mit Bewusstseinsbildung befasst und können im neuen Das Dekagramm nun viele Workshops und Veranstaltungen anbieten, die uns dabei helfen, immer mehr Leute zu erreichen.

Sarah Reindl, Co-Gründerin



Wirkungsbereiche von Social Business

Betriebe die bewusst (und zum Teil unbewusst!) als Social Business agieren erzeugen mit Ihren angebotenen Produkten und Dienstleistungen eine positive Wirkung für Umwelt und/oder Gesellschaft. Die Arten von positiver Wirkung sind ähnlich den adressierten Herausforderungen denkbar vielfältig. Wir haben dennoch versucht, die 105 untersuchten Betriebe nach ihren Wirkungsbereichen zu klassifizieren:

nachhaltig produzierte Mode/Designprodukte → Produkte sind ausschließlich aus biologischen bzw. fair gehandelten bzw. recycelten Materialien. Die Herstellung stammt aus Eigenproduktion oder von lokalen bzw. zentraleuropäischen bzw. zertifizierten exkontinentalen Betrieben.

nachhaltig produzierte Lebensmittel/Getränke → Produkte und Zutaten stammen ausschließlich aus biologischem Landbau und/oder Tierhaltung bzw. sind zertifiziert fair gehandelt

nachhaltig produzierte Gebrauchsgegenstände → Produkte bzw. Materialien stammen ausschließlich aus nachwachsenden Rohstoffen bzw. Recyclingbeständen. Fokus auf hochwertige Qualität und langlebiges Design.

nachhaltig gestaltete Dienstleistungen → Angebotene Dienstleistungen sind in der gesamten Prozesskette nachweislich ökologisch-sozial nachhaltig gestaltet und orientieren sich nach hohen Standards für Qualität, Kommunikation und Transparenz.

Lösungen für lebenswerte Umwelt → Innovative Produkt- und Beratungsangebote fokussieren die Umstellung auf ökologisch und sozial nachhaltige Betriebsstrukturen und Verhaltensweisen. Unternehmen sind Vordenker und Initiatoren für nachhaltigen Wandel.

Lösungen für lebenswerte Gesellschaft → Unternehmen widmen sich auf innovative Weise gesellschaftlichen Herausforderungen (Migration, Bildung, Inklusion etc.) und setzen Lösungen für ein friedliches und respektvolles Zusammenleben aller Teilnehmer der Gesellschaft um.



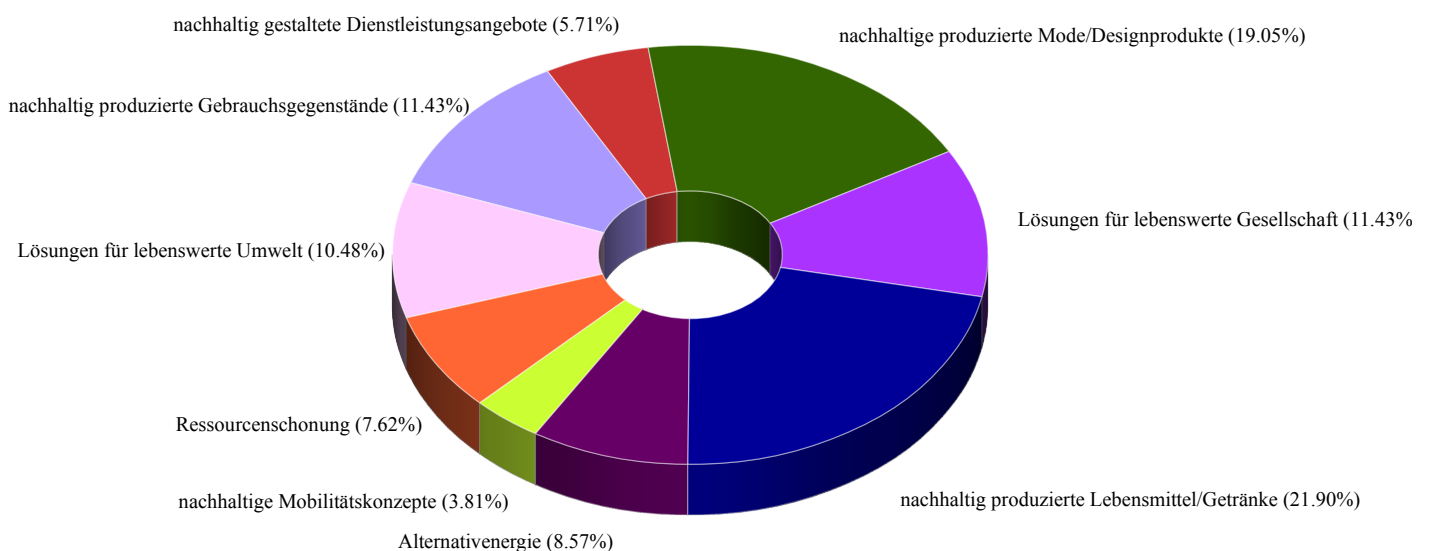
Alternativenergie → Unternehmen sind Gestalter, Initiatoren und Multiplikatoren für eine glaubwürdige Energiewende. Im Fokus stehen Planung, Umsetzung und Betrieb nachhaltiger Energiegewinnung.

Ressourcenschonung → Vollständige oder teilweise Wiederverwendung von entsorgten Konsumprodukten als Geschäftsmodell.

Gewinnung von Rohstoffen aus kontaminierten Ressourcen und problematischen Abfällen.

nachhaltige Mobilitätskonzepte → Konzeptionierung und Umsetzung nachhaltiger Mobilitätsangebote zur Erschließung von Randgruppen und/oder Umstieg auf umweltschonende Fahrzeuge und/oder Mobilitätsvarianten.

Ein Blick auf die Auswertung zeigt, dass der steirische Social Business Sektor einen deutlichen Fokus auf das Angebot von nachhaltigen Konsumprodukten legt (gesamt 52,38%). Rund 30% der Betriebe widmen ihre unternehmerische Tätigkeit der ökologischen Nachhaltigkeit mittels Angeboten für Alternativenergie, Ressourcenschonung, Lösungen für eine lebenswerte Umwelt und nachhaltige Mobilitätskonzepte. Während insbesondere nachhaltige produzierte Konsumprodukte auch eng mit einer sozialen Komponente verwoben sind, steht für 11,43% der Unternehmen die Entwicklung von Lösungen für eine lebenswerte Gesellschaft im Mittelpunkt.





Beispiel Herbsthofer

„Diverse zukunftsweisende Projekte sind nur die Folge meines unbändigen Willens am Markt Veränderungen in Richtung Ökologie und gesundes Wohnraumklima zu bewirken.“



Bereits 2007 habe ich begonnen meinen Malereibetrieb nach ökologischen Gesichtspunkten auszurichten und Klima- und Umweltschutz in den Mittelpunkt unseres Bestrebens zu stellen. Dadurch sind wir auch auf CSR als Firmenstrategie gestoßen. Als erster klimaneutraler Malerbetrieb Europas wurden wir sogar von der Europäischen Kommission mit dem European CSR-Award ausgezeichnet. Trotzdem war es schwierig eine ökologische Kundenschicht zu erschließen.

Seit 2014 sind wir mit unserer einzigartigen Positionierung „Wir lassen Ihre Wände wieder atmen“ auch wirtschaftlich besonders erfolgreich. Ich habe mich daher entschlossen, Berufskollegen die Möglichkeit einzuräumen, die von mir EU-weit geschützte Markenpositionierung „**Wir lassen ihre Wände wieder atmen**“ als Positionierungsstatement für Ihr eigenes Unternehmen zu verwenden und habe mit dem Positionierungsexperten Norbert P. Ulbing eine Markenpartnerschaft für Maler ins Leben gerufen, die ähnlich einem Lizenzsystem funktioniert. Begleitende Coachingmaßnahmen garantieren eine hochqualitative Umsetzung bei den Partnerbetrieben.

Aktuell haben sich bereits 2 Betriebe aus Luxemburg, 3 aus Deutschland und 2 österreichische unserer internationalen klimaneutralen Markenpartnerschaft angeschlossen. Das Ziel ist den deutschen Sprachraum möglichst flächendeckend mit klimaneutralen Malerbetrieben abzudecken (ca. 200 Partnerbetriebe).

Hannes Herbsthofer, Gründer





Social Business und die globalen Nachhaltigkeitsziele

Im Jahr 2015 wurde bei einem hochrangigen Gipfeltreffen der Vereinten Nationen die "Agenda 2030 für nachhaltige Entwicklung" beschlossen. Alle 193 Mitgliedstaaten der Vereinten Nationen verpflichten sich, auf die Umsetzung der Agenda 2030 mit ihren 17 nachhaltigen Entwicklungszielen (Sustainable Development Goals, SDG) auf nationaler, regionaler und internationaler Ebene bis zum Jahr 2030 hinzuarbeiten.



Social Entrepreneurs arbeiten mit ihren Betrieben aktiv an der Lösung gesellschaftlicher Herausforderungen und geben damit wichtige Impulse, wie unternehmerisches Handeln zur Erreichung der globalen Nachhaltigkeitszielen eingesetzt werden kann.



Beispiel Homefarmer



Ein Schwein mieten, bis es geschlachtet wird?! Was vielleicht bizarr klingt, hat durch Homefarmer einen ernst gemeinten Hintergrund. Homefarmerkunden können alleine oder zusammen mit anderen Kunden ihr eigenes Schwein mieten und einen Namen vergeben. Das eigene Schwein kann am Bauernhof besucht und via Livestream betrachtet werden. Die tatsächliche Versorgung übernimmt der Homefarmer-Bauer am eigenen Hof. Ist das Tier schlachtreif, wird der Kunde informiert und das Tier nach den jeweiligen Bedürfnissen weiterverarbeitet und bei Bedarf geliefert.



Durch Kontrolle, Transparenz und dem Bezug zum Tier wollen wir das Fleischkonsumverhalten ein klein wenig zum Positiven verändern und dem Fleisch seinen wahren Wert zurückgeben. Unter dem Motto „mehr Qualität statt Quantität“ sind wir davon überzeugt, dass es an der Zeit ist, Fleisch verantwortungsvoll und bewusst zu konsumieren. Mit Homefarmer ermöglicht jeder Kunde seinem Tier ein artgerechtes und respektvolles Leben und gibt heimischen Bauern die Chance, ihre Produkte regional-authentisch zu fairen Preisen zu vertreiben.



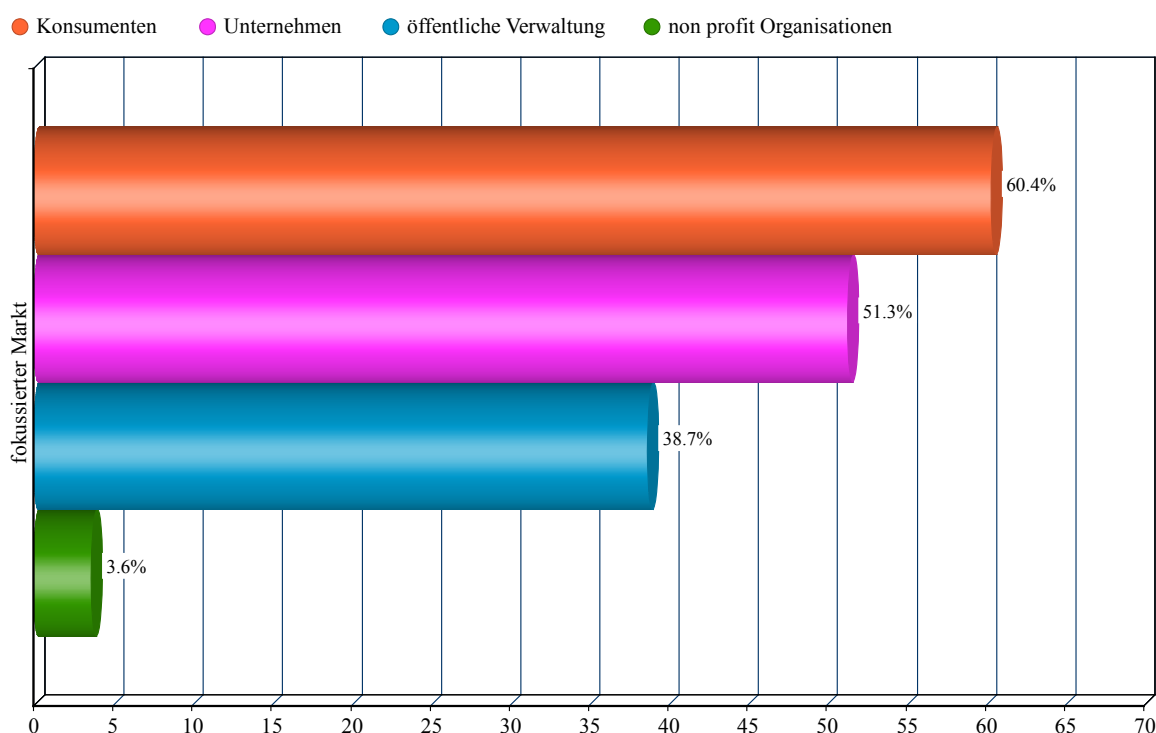


Bevorzugte Kundengruppen

Wie jedes andere Unternehmen braucht auch ein Social Business neben attraktiven Produkt- und Dienstleistungsangeboten einen Markt, der für diese Angebote empfänglich ist. Im Vergleich zu ehrenamtlichen oder sozialökonomischen Initiativen gilt es, den unternehmerischen Aufwand in Form von Rohstoffen, Personal und notwendiger Infrastruktur möglichst zur Gänze über eigene Markterträge zu decken. Auf welche Kundengruppen sich der jeweilige Betrieb fokussiert, hängt dabei von der Art des Angebots, aber auch den gesteckten Zielen zur Erreichung positiver Unternehmenswirkung ab (siehe dazu auch Kapitel „Wer profitiert von Social Business“).

Unsere Untersuchung zeigt, dass rund 60% der Social Business Betriebe den klassischen Konsumenten ansprechen. Mit 51,3% macht rund die Hälfte der Unternehmen auf der Basis business to business Geschäfte, 38,7% der Anbieter erhalten Aufträge von der öffentlichen Hand. Damit lassen sich nachweislich etwaige Klischees entkräften, die ökologisch-soziale Nachhaltigkeit vorwiegend als Privatsache grünaffiner Wohlstandsbürger aburteilen.

Neben Konsumenten, anderen Unternehmen und der öffentlichen Verwaltung identifizieren einige der untersuchten Unternehmen auch non profit Organisationen als bevorzugte Kundengruppe. Ziel der Angebote ist dabei vorwiegend die Professionalisierung von Vereinen und gemeinnützigen Organisationen und damit die Stärkung des gemeinnützigen Sektors als Ganzes.



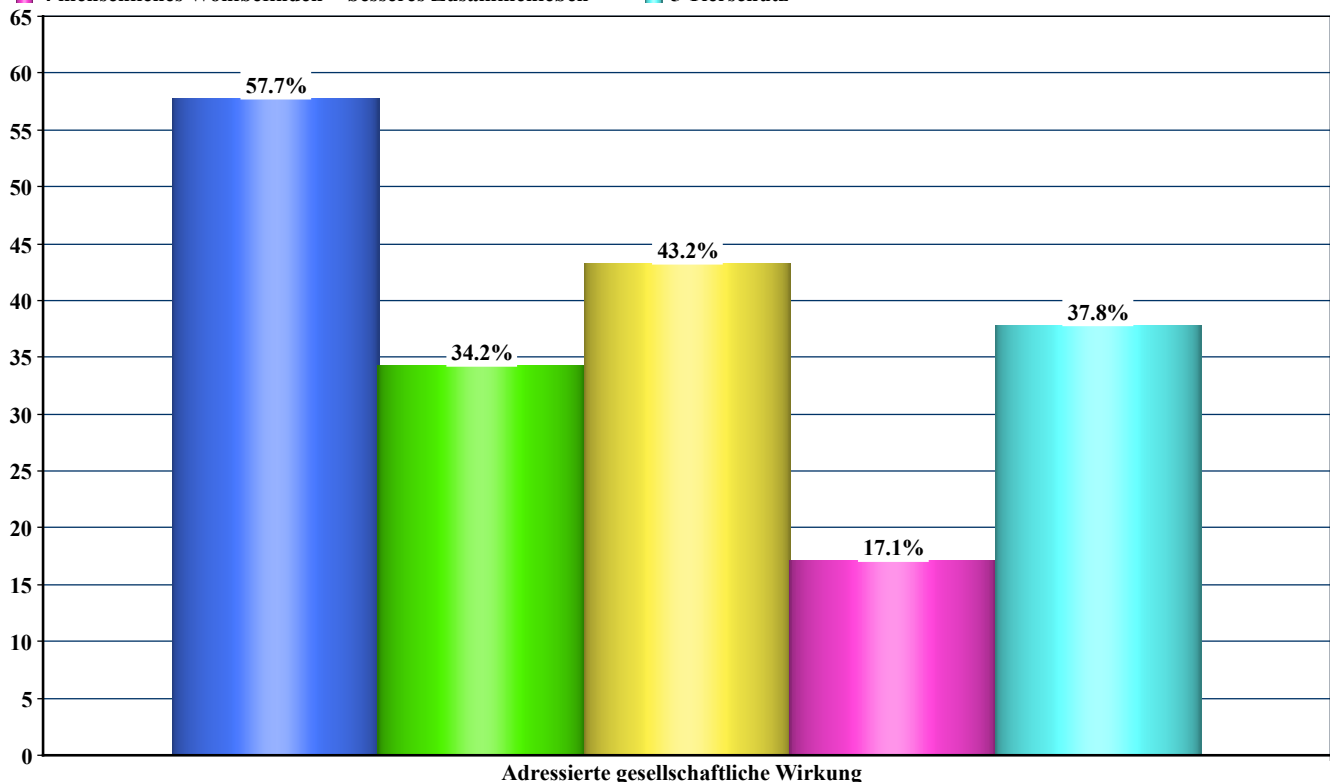


Wer profitiert von Social Business?

Im Vergleich zu einer vorwiegend profitorientierten Regelwirtschaft spielt für das wirkungsorientierte Social Business, neben der umsatzrelevanten Kundengruppe, die Gruppe der Begünstigten eine tragende Rolle. Unternehmensziel ist in der Regel die positive Entwicklung von Umwelt und/oder Gesellschaft, womit bereits die großen „Profiteure“ genannt sind. Beide Bereiche lassen sich in zahlreiche Teilaspekte mit noch zahlreicheren Wirkungszielen gliedern. Anhand der vorliegenden Untersuchungsdaten haben wir fünf größere Wirkungskategorien identifiziert, wobei zahlreiche Unternehmen mehr als einer Kategorien entsprechen.

57,7% der Betriebe erzielen mit ihrem Geschäftsmodell eine direkte oder indirekte Wirkung zur Erhaltung unserer Umwelt bzw zur Prävention vor einer Verschlechterung derselben. 34,2% widmen sich der Reduktion aufgetretener Umweltschäden in Form von Abfall oder Verschmutzung. 43,2% der Unternehmen erreichen durch ihr Kerngeschäft eine direkte oder indirekte Förderung von Chancengleichheit, 17,1% schaffen positive Wirkung im Bereich menschliches Wohlbefinden und besseres Zusammenleben. Aufgrund des hohen Anteils an ausgewiesenen veganen oder tierschonenden Produktlinien erhält auch das Segment Tierschutz einen hohen Wert von 37,8%.

■ 1 Umwelt (Erhaltung + Prävention) ■ 2 Umwelt (Reduktion v. Abfall + Verschmutzung) ■ 3 Chancengleichheit
■ 4 menschliches Wohlbefinden + besseres Zusammenleben ■ 5 Tierschutz





Beispiel Velofood



Wir von Velofood finden, dass das Fahrrad mehr als ein praktisches Fortbewegungsmittel ist. Für uns ist Radfahren ein Teil unserer Identität.



Die Idee von velofood ist entstanden weil bis dato in Graz nur mit Auto Essen geliefert wurde und das so gut wie immer mit Plastik / Alu Verpackung. Auch hat es mich gestört, dass es in den Restaurants selbst (auch bei Selbstabholung) meistens Plastikverpackung gibt. Durch Velofood geben wir Restaurants, die Wert auf eine gute Küche legen die Möglichkeit, ihr Essen per Fahrrad-Direktzustellung an den Kunden bringen, und das in durchschnittlich 32 Minuten ab Bestellung.

Weiters verpflichten sich bei uns alle Partnerrestaurants ausschließlich biologisch abbaubare Verpackung für die Lieferung zu verwenden, wodurch bereits die meisten Restaurants komplett auf Bio-Verpackung umgestellt haben. Somit konnten wir nach ca. 3 Jahren gemeinsam mit unseren Partnerrestaurants ca. 157.000 kg CO₂, über 12.000 kg Plastik und über 48.000 Liter Treibstoff einsparen (im Vergleich zu Autolieferungen mit Plastikverpackung).

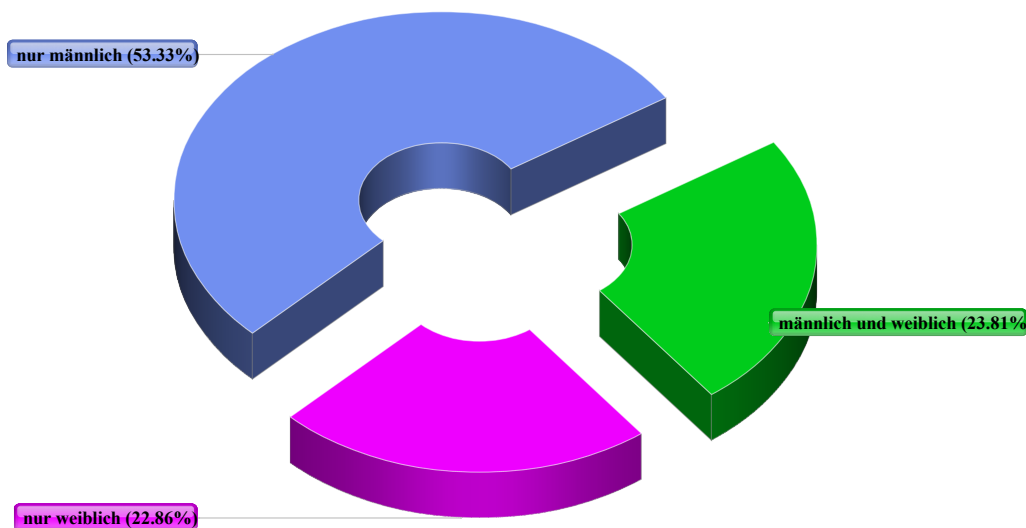
Jonathan Stallegger, Co-Gründer





Ist Social Business Frauensache?

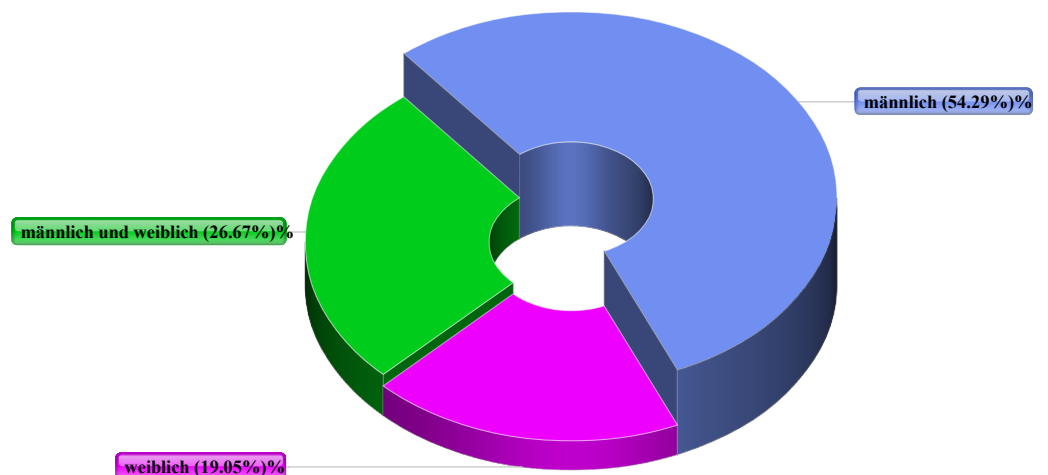
Die hauptsächlich hochtechnologisch orientierte Welt der innovativen startups ist wenig überraschend eine echte Männerdomäne. Laut Austrian Startup Monitor von 2018 sind 70,7% der startup-Gründungen rein männlich, 23% gemischte Teams und nur 6,3% rein weiblich aufgestellt. (Vgl. <http://austrianstartupmonitor.at>, S. 31)



Ungleich besser sieht es hier bei der Untersuchung des steirischen Social Business Sektors aus. Die ökologisch und/oder sozial innovativen Unternehmen haben eine rein weiblich besetzte Gründerinnenrate von 22,86%, zudem gibt es in 23,81% der Betriebe ein gemischtes Gründerteam.

Die männlich konnotierte Dominanz ist mit 53,33% der Gründer immer noch augenscheinlich, im Vergleich zum klassischen startup-Sektor aber sehr fortschrittlich.

Ähnlich sieht es bei der Analyse der Geschäftsführung aus. Hier verschiebt sich die Anzahl der rein weiblich besetzten Geschäftsführung geringfügig in Richtung gemischte Führungsteams. Der Anteil der männlich besetzten Geschäftsführung bleibt bei 54% konstant hoch.





Beispiel Weltweitwandern

Mit unseren Reisen möchten wir das Kulturverständnis fördern, Einsichten in unbekanntere Lebensweisen möglich machen und durch Kontakte Vorurteile auf beiden Seiten abbauen helfen.

Weltweitwandern bietet momentan 247 Wanderreisen in 84 Destinationen an. Themen wie nachhaltiges Reisen in Zeiten des Klimawandels, westliches Reisen in arme Länder, wo darf man und wo soll man Spuren hinterlassen, beschäftigen das Unternehmen ständig. Diese Fragen sind konstanter Wegbegleiter, um das Reiseangebot auf das auszurichten, was Weltweitwandern als „sinnvolles Reisen“ bezeichnet.

Aus der Weltweitwandern-Vision

- Faires Einkommen für alle Mitwirkenden vom Guide über die Träger bis zu den WirtInnen.
- Schonender Umgang mit der Natur & den Ressourcen vor Ort.
- Beziehungen auf Augenhöhe zwischen Gästen und Landsleuten und zwischen dem Unternehmen und seinen Partnern vor Ort.
- Wertschöpfung im Land lassen.
- Unterstützung einer selbstbestimmten & sanften Entwicklung der bereisten Regionen.



Durch Workshops, internationalen Treffen, Schulungen und vor allem Austausch auf Augenhöhe mit Guides und Partnern versucht Weltweitwandern seine Vision eines sinnvollen Reisens weltweit umzusetzen. Mit dem eigens geschaffenen Verein Weltweitwandern Wirkt! unterstützt das Unternehmen Bildungsprojekte in Marokko und Nepal, um Kindern bessere Zukunftschancen vor Ort zu geben.



Schlussresumee – Was es gibt und was es braucht

Man darf der Steiermark gratulieren! Die Recherchen für diesen Report haben eine weit größere Anzahl an Social Business Betrieben zu Tage gefördert als es annähernd zu vermuten war. Trotz strenger Kriterien, wie sie die Definition von Social Business vorgibt (siehe S. 6), wurden ganze 105 Unternehmen in die Liste aufgenommen.

Bei einem klar festzustellenden Schwerpunkt auf nachhaltig produzierte bzw. gehandelte Konsumprodukte ist die Vielfalt der vorhandenen Wirkungsbereiche und damit die Zahl der angegangenen gesellschaftlichen Herausforderungen als enorm zu bezeichnen. Auch hinsichtlich wirtschaftsrelevanter Kennzahlen wie Exportquote, Digitalisierungsgrad sowie Unternehmensgröße ist der Social Business Sektor in der Mitte des steirischen Wirtschaftslebens angekommen. Besonders erfreulich zeigt sich die umfangreiche Adressierung der globalen Nachhaltigkeitsziele über das durchgeführte Kerngeschäft sowie die für innovationsgetriebene Unternehmen unüblich hohe Zahl an Gründerinnen und Geschäftsführerinnen. Etwaigen Klischees über die sich ausschließenden Pole von ökonomischer Profitmaximierung und ökologisch-sozialer Wirkungsorientierung oder der ungeliebten betrieblichen Nachhaltigkeit auf Kosten der Wirtschaftsleistung kann anhand der 105 gesammelten Beispiele widersprochen werden.

Während die erhobenen Daten durchaus ermutigend sind, soll nicht verschwiegen werden, dass die überwältigende Mehrheit der recherchierten Unternehmen ihre wirkungsorientierten Geschäftsmodelle aus persönlichem Idealismus und trotz strukturell schwieriger Rahmenbedingungen umsetzt. Schwierig meint hier die noch fehlende Infrastruktur zur Ausschöpfung des vorhandenen Potenzials, wie sie im klassischen startup-Wesen bereits umfangreich vorhanden ist. Noch immer ist die Verlustrate zwischen sozial innovativem Ideenreichtum und der tatsächlichen Gründung von Social Business Betrieben viel zu hoch. Es fehlt auf regionaler Ebene an institutioneller Unterstützung zB in Form von einschlägigen Inkubator- und Akzeleratorprogrammen sowie konkreten Fördermodellen für Aufbau und Wachstum von gesellschaftlich orientiertem Unternehmertum. Nicht zuletzt braucht es sowohl für wirtschaftsrelevante Stakeholder als auch die breite Öffentlichkeit vermehrte Bemühungen in der Vermittlung des dem Social Business eigenen Lösungspotenzial und den damit verbundenen Chancen für die positive Entwicklung des Wirtschafts- und Lebensstandortes Steiermark.

Danksagung

Die erstmalige Vermessung des steirischen Social Business Sektors wäre nicht ohne die vielfältige Unterstützung zahlreicher direkt oder indirekt Beteiligter Personen und Stellen möglich gewesen.

Wir wollen uns daher bei den folgend Genannten ganz herzlich bedanken:

- Den Social Business Betrieben, die ihr Einverständnis zur Erfassung und Veröffentlichung betrieblicher Informationen gegeben haben und diese Arbeit mit ihren motivierenden Rückmeldungen zusätzlich unterstützten
- Alle Betriebe, die uns für die vorgestellten Beispielunternehmen mit Beschreibungstexten und Fotos aushalfen.
- Die Förderstellen, die diese Arbeit finanziell unterstützten (allen voran das Austria Wirtschaftsservice und das Wirtschaftsressort von Land Steiermark)
- Den Netzwerkpartnern vom Verband Gründerland Steiermark sowie Greentech Cluster und SFG, die unsere Recherche nach Social Business Betrieben durch ihr umfangreiches Know How der steirischen startup-Szene erleichterten.
- Den Partnern und Sponsoren des Social Business Club Styria, die ihren Teil zur Ermöglichung unserer Aktivitäten beitragen.
- Ein besonderer Dank an Martina Wetzl-Piewald, die mir auf privater Ebene mit unendlicher Geduld den Rücken freihält.