

Soziales Unternehmertum ist in Österreich auf dem Vormarsch

26.02.2010 | 11:26 | Stefan Mey (Wirtschaftsblatt)

Profitstreben und Altruismus trafen beim ersten austrianSocialBusinessDay aufeinander.

Steuerberatung ist trocken, öde und hat nichts mit Menschlichkeit zu tun? Nicht, wenn es nach Christine Hapala, Gründerin der Human Money Company, geht: "Mich fasziniert das Leben der Menschen - und wenn wir uns gegenseitig unterstützen, können wir alle etwas daraus lernen." Hapala hat einen bunten Mix aus türkischen, rumänischen und serbischen Mitarbeiterinnen - und von dem Diversity-Schwerpunkt profitiert sie auch selbst: "Wenn ich etwa die Kultur meiner türkischen Mitarbeiterin mitkriege, prägt das meinen Charakter." Auch auf ihre ältere Mitarbeiterin und deren Lebenserfahrung würde sie nicht gerne verzichten.

Eine Träumerin? Nein, sondern eine von rund 220 Teilnehmern am ersten "austrianSocialBusinessDay" vergangene Woche - ein Event, bei dem sich Unternehmer vernetzen, denen neben dem Kerngeschäft auch soziale und ökologische Verantwortung wichtig ist. "People, Planet, Profit" bezeichnet Initiator Andreas Reinisch das Prinzip von Social Entrepreneurship: Hier handelt es nicht um NGO, die von Spendengeldern abhängig sind, und auch nicht um Konzerne, die über CSR-Kommunikation ihre Weste reinwaschen wollen - bei Social Entrepreneurship ist das Altruistische ins Kerngeschäft integriert.

Keine Hippies. Und das bedeutet noch lange nicht, dass die Zielgruppe aus Öko-Hippies besteht. Dachte man beim Thema "sozial verträgliche Mode" bisher an Ethologie-Studenten mit Batik-Shirts, so präsentiert das Label "Göttin des Glücks" moderne, durchaus tragbare Kleidung - von anderen Anbietern unterscheidet es sich aber dadurch, dass es mit einem Fairtrade-Gütesiegel für fairen Handel ausgezeichnet wurde. "So integrieren wir unsere Lebenseinstellung in den Beruf", sagt Marketingsverantwortliche Lisa Muhr. Und dadurch gewinnt man neue Kunden: "Manchen ist Fairtrade egal, aber andere kommen extra deshalb zu uns."

Durch diverse Matching- und Netzwerk-Aktionen während der Messe fanden die Unternehmer zusammen. Muhr hat zwei bis drei fixe Kooperationen im Auge, Reinisch plant für den Mai 2011 das nächste Event dieser Art - diesmal soll es zwei Tage dauern und noch mehr Möglichkeiten für die ambitionierten Unternehmer bieten.

© Wirtschaftsblatt.at