Was können wir von sozialunternehmerischen Ansätzen lernen, um die Wirkung von Projekten zu verstetigen und zu steigern?

Webinar: Vom Projekt zur dauerhaften Wirkung
Netzwerk Zukunftsraum Land

Alexander Kesselring

MEIN PROFIL

1. Sozialwissenschaftler am Zentrum für Soziale Innovation
2. Programm Manager bei der globalen NGO Ashoka
3. Berater im Bereich “Social Impact” und regionale Entwicklung
4. Projektentwicklung mit AGORA European Green Deal, Ashoka, u.a.

THEMEN

01 WAS SIND SOZIALUNTERNEHMEN?

02 DER ÜBERGANG ZUM SOZIALUNTERNEHMEN

03 REFLEXION & AUSBLICK

01

Was sind Sozialunternehmen?

Definition, Beispiele und Potential

DEFINITION SOZIALUNTERNEHMEN

Sozialunternehmen sind Organisationen, die gesellschaftliche Herausforderungen mit einem unternehmerischen Ansatz lösen.

- Soziale Vision und Mission
- Wirkungsmodell und nachweisbare Wirkung
- Unternehmerischer Ansatz
- Soziale Innovation
- Re-Investition von Gewinnen
- Organisationsform und -kultur spiegeln soziale Vision wider
- Verschiedene Rechtsformen und hybride Organisationen

Referenz: Nationale Strategie für Soziale Innovationen und Gemeinwohlorientierte Unternehmen, Deutsche Bundesregierung, 2023

ACKER

Acker setzt sich für eine Gesellschaft ein, die Natur und Lebensmittel wertschätzt. Es bietet verschiedene Programme für Kinder und Schulen, Erwachsene und Gemeinden an.

In der „GemüseAckerdemie“ bauen Kinder gemeinsam mit ihren LehrerInnen eigenes Gemüse an und werden zu NachhaltigkeitsexpertInnen.

Verbreitung seit 2012: 320.000 TeilnehmerInnen an 1820 Schulen in DE, AT, CH

https://www.acker.co/

© Acker

CLIMATE FRESK

Climate Fresk ist ein Kartenspiel, das die wissenschaftlichen Grundlagen des Klimawandels vermittelt. Es wird von freiwilligen ModeratorInnen in Schulen und anderen Organisationen in Gruppen gespielt.

Regionale ManagerInnen sprechen Organisationen in ihrem Land an, um das Spiel zu verbreiten.

Verbreitung seit 2018: 2mio TeilnehmerInnen in 167 Ländern, 90.000 freiwillige ModeratorInnen, +45 Sprachen

https://climatefresk.org/

DAS KL!MA PUZZLE

Wir haben die Karten in der Hand !

© Climate Fresk

02

Der Übergang zum Sozialunternehmen

Landschaftspflegeverein Thermenlinie Wiener-Becken (LPV)
Bergwiesn

LANDSCHAFTSPFLEGE VEREIN (LPV)

© LPV

LPV

Der LPV engagiert sich für den Erhalt der einzigartigen Naturlandschaft der Heide und fördert soziales Engagement.

Freiwillige werden aktiv in die Landschaftspflege und Naturschutzmaßnahmen eingebunden.

Die LPV Strategie:

1. Netzwerk aus Menschen & Org.
2. Netzwerk aus Naturflächen
3. Naturbildung
4. Forschung und Monitoring

ERGEBNISSE (2017-24)

Region: NÖ, Thermenlinie, Wiener Becken

55 betreute Naturgebiete mit einer Gesamtfläche von 145+ ha

24 Partnergemeinden

4000+ teilnehmende Kinder und Jugendliche (jährlich)

Unternehmenskooperationen: Billa, Vöslauer, Forschungszentrum Seibersdorf, ASFINAG, EVN, u.a.

BERGWIESN

© Bergwiesen

BERGWIESN

“Bergwiesn” erhält Wiesen auf Steilhängen durch naturnahe Bewirtschaftung ohne Düngen und mit nur einer Mahd im Jahr.

Freiwillige aus ganz Österreich werden mobilisiert, um in der Nationalparkgemeinde Molln und Umgebung die Bergwiesen wieder zum Blühen zu bringen.

So werden Kulturlandschaften und ihre Biodiversität erhalten.

ERGEBNISSE (2015–24)

Region: OÖ, Molln und Umgebung

132 betreute Einzelflächen

118 ha ökologisch wertvolle Magerwiesen/Extensivweiden

100.000 kg wertvolles Magerwiesenheu verwertet

60-90 Freiwillige pro Jahr

Kooperationen mit Naturschutzabteilung Land OÖ, Österreichische Bundesforste, Nationalpark Kalkalpen, u.a.

UNTERNEHMER-INNEN GEIST

- Vision und Mission leben
- Unternehmerische Kompetenzen
- Regionale Ressourcen mobilisieren & kombinieren

- Von der Biosphärenparkmanagerin zur Sozialunternehmerin
- Gemeinden als Partner & Geldgeber gewinnen
- Unternehmen als KundInnen ansprechen
- Netzwerkaufbau

—LPV

- Vom Lehrer zum Sozialunternehmer
- Umgang mit anfänglichem Unverständnis

—BERGWIESN

DIE WIRKUNGSTREPPE

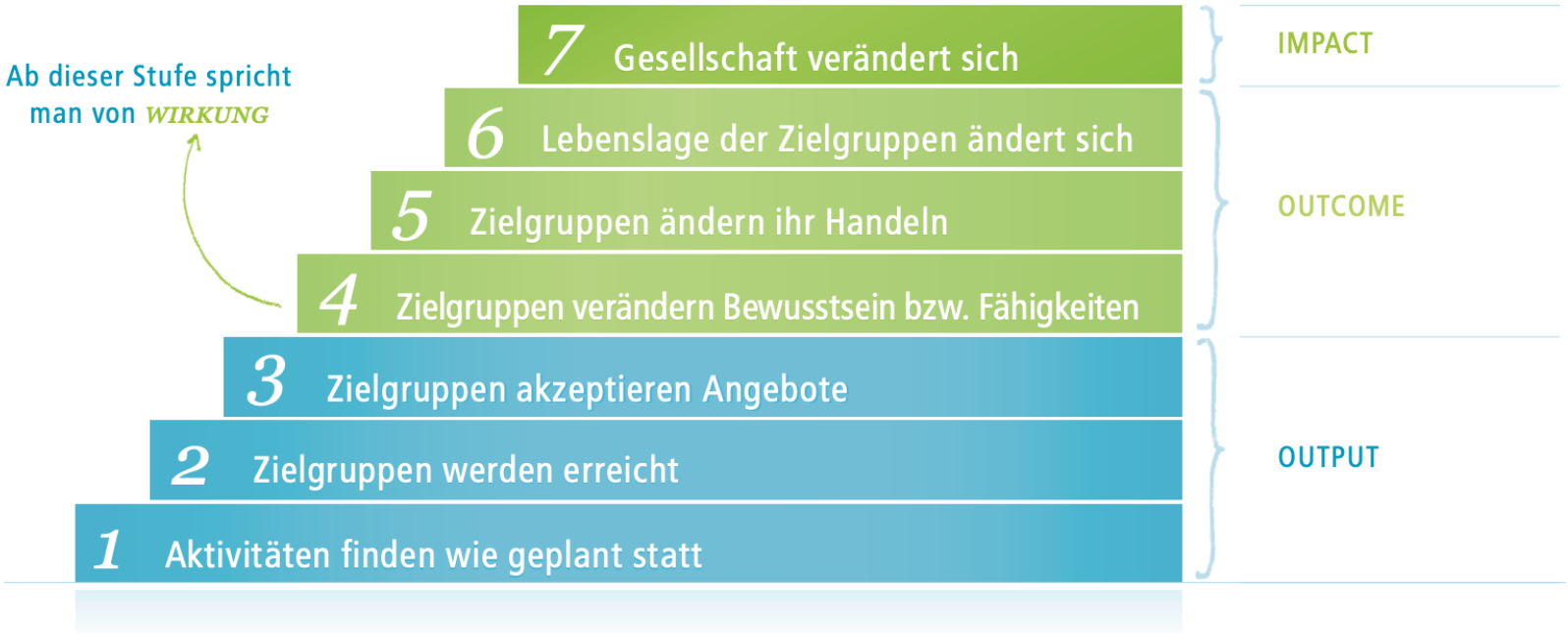


Abbildung: Phineo, Kursbuch Wirkung, S. 5, https://www.phineo.org/kursbuch-wirkung

WIRKUNG

- Wirkungsmodell ausformulieren und immer wieder anpassen
- Wirkung messen und berichten

- Gesammeltes Feedback von LehrerInnen und SchülerInnen
- Schnelle und direkte Kommunikation zu Gemeinden
- Biodiversitätsmonitoring

—LPV

© LPV

© LPV

TEAM

- Rollen im Team und im Netzwerk definieren
- Selbst-Organisation innerhalb eines einfachen und klaren Rahmens

- Verschiedene Rollen: Kernteam, Administration, Bildungsteam, PraktikantInnen, Freiwillige, ExpertInnen, PartnerInnen
- Netzwerkmanagement

—LPV

- Freiwilligenarbeit als Erlebnis

—BERGWIESN

© Bergwiesen

ANGEBOT

- Angebot entwickeln und verbessern
- Auf neue gesellschaftliche Gruppen zugehen

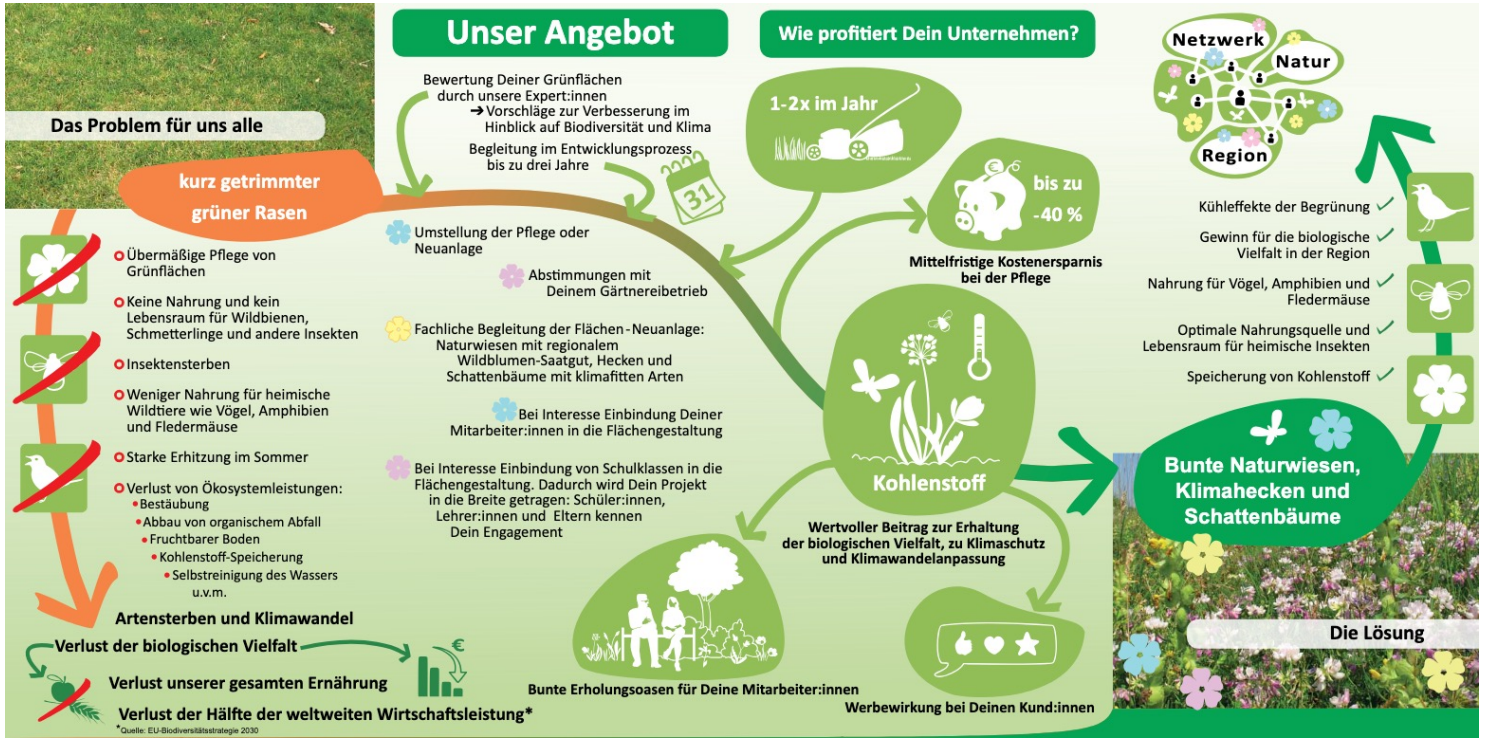
- Angebote für alle Zielgruppen definieren (Gemeinden, Schulen, Freiwillige, etc.)
- Neue Angebote für Unternehmen: Ökologisierung von Flächen, “Corporate Volunteering”

—LPV

- Produktentwicklung “Heuhupferl”

—BERGWIESN

ANGEBOT AN UNTERNEHMEN (LPV)



© LPV

FINANZIERUNG

- Stiftungen als wichtige Partner
- Angebote für verschiedene Sektoren und gesellschaftliche Bereiche
- Erschließung neuer Finanzierungsformen: Impact Investments, Impact Bonds, strategische Partnerschaften, etc.

03

Reflexion und Ausblick

DAS POTENTIAL VON SOZIALUNTERNEHMEN

- Langlebige Organisationsform
- Positionierung eines Themas
- Soziale Innovation
- Wirkungsmessung und -berichterstattung
- Steigerung und Verbreitung von Wirkung
- Angebote für Gemeinden, Unternehmen und andere Akteure
- Neue Kooperationen
- Mobilisierung von Freiwilligen
- Erschließung neuer Finanzierungsformen
- Systemischer Wandel

REFLEXION & AUSBLICK

POTENTIAL ERKENNEN

Welche Projekte und Projektteams eignen sich für einen Übergang in Richtung Sozialunternehmen?

POTENTIAL WECKEN

Wie kann man Projektteams dabei helfen dieses Potential bei sich zu wecken?

TRANSITION BEGLEITEN

Welche Begleitung und Rahmenbedingungen brauchen Teams im Übergang?

© Bergwiesen

DANKE

Nehmen Sie gerne Kontakt mit mir auf:

Alexander Kesselring

alexander.kesselring@gmx.net
+43 6991 923 35 41

CREDITS: This presentation template was created by **Slidesgo**, including icons by **Flaticon**, and infographics & images by **Freepik**

ANNEX

mitSinn

Die Multistakeholder Initiative #mitSinn hat das Ziel, einen gemeinsamen Fahrplan für mehr gesellschaftliche Innovation und soziale Unternehmen in Österreich zu gestalten

https://www.mitsinn.co.at

Liste mit Sozialunternehmen in AT: https://www.mitsinn.co.at/wp-content/uploads/2024/10/Beispiele-Oesterreich.pdf

SENA

Das Social Entrepreneurship Network Austria ist die Interessenvertretung für Unternehmertum mit positiver gesellschaftlicher Wirkung.

https://www.sena.or.at/

DEFINITION SOZIALE INNOVATION

Soziale Innovationen sind neue Praktiken (Produkte, Dienstleistungen, Prozesse) und Organisationsmodelle, die zu ökonomisch, ökologisch und sozial tragfähigen und nachhaltigen Lösungen für gesellschaftliche Herausforderungen beitragen.

Ihr Ziel ist es, gesellschaftliche Probleme besser als frühere Praktiken zu lösen, bestehende Bedürfnisse zu adressieren, das Leben der Menschen zu verbessern und eine positive Wirkung für das Gemeinwohl zu haben.

Systemischer Wandel ist das ultimative Ziel gesellschaftlicher Innovationen. Dabei durchlaufen sie verschiedene Phasen von Entwicklung, Prototypisierung, Etablierung bis zu Skalierung und ihrer Verankerung in sozialen Systemen.

https://www.mitsinn.co.at/unser-vorhaben/

OTELO eGEN

Offene Technologielabore (OTELO) sind kreative, offene Werkstätten und Labs, in denen Menschen an innovativen Projekten und Technologien arbeiten können.

Die OTELO eGen ist eine neue Form von Genossenschaft, die kooperatives Wirtschaften ermöglicht. Sie entwickelt Ideen zu Angeboten weiter:

- Beratung: Genossenschaften, neue Technologien
- Bildung: Jugendprogramme, Innovationsprogramme
- Entwicklung: Regionalentwicklung
- Gestaltung: Visuelles Design

https://www.oteloegen.at/

Otelo
Offenes Technologielabor

© Otelo

CYCLING WITHOUT AGE
”Radeln ohne Alter”

SeniorInnen buchen über ihre Einrichtung kostenlos ein Zweisitz-Fahrrad und werden von einer/m Freiwilligen auf eine Umgebungstour mitgenommen. Sie erleben und erkunden ihre Umgebung und erweitern ihr soziales Umfeld.

Verbreitung seit 2015:
Partnerorganisationen in 30 Ländern erreichen mehr als 100.000 Menschen im Jahr direkt

https://cyclingwithoutage.org/

RADELN OHNE ALTER

© Cycling Without Age