

Gute Geschäfte mit **GUTEM GEWISSEN**

Mit der eigenen Firma Geld verdienen und dabei die Welt verändern: Das wollen moderne „Sozialunternehmer“. Drei Ideen für eine schönere Zukunft

Wo wird dieses Shirt eigentlich hergestellt? Kann ich das Auto stehen lassen? Immer öfter meldet sich unser „grünes Gewissen“, und das ist gut so. Was noch besser ist: Vielen reicht es nicht, sich nur als Verbraucher ökologisch korrekt zu verhalten. Sie wollen direkt Einfluss nehmen – und als „Sozialunternehmer“ mit einer innovativen Geschäftsidee helfen, gesellschaftliche Probleme zu lösen. Trendforscher schreiben diesem Business-Typus eine enorme Bedeutung zu. So prophezeit das Zukunftsinstitut von Matthias Horx in einer aktuellen Studie, an der „Green Economy“ gehe kein Weg vorbei. In Zeiten von Globalisierung, Klimawandel und Rohstoffknappheit seien fair, grün und nachhaltig die entscheidenden Qualitätskriterien für die Wirtschaft von morgen. Norbert Kunz, der mit seiner Firma iq consult Projekte für soziales Unternehmertum entwickelt und betreut, bestätigt das große Potenzial: „Besonders jüngere Leute ergreifen die Chance, Soziales und Unternehmerisches miteinander zu verbinden, anstatt nur maximalen Profit anzustreben.“ Was mit „Jute statt Plastik“ und unscheinbaren Bio-Lädchen begann, hat sich zu einer ernst zu nehmenden Szene entwickelt. „Es gibt heute in jeder Branche sozialere – und mindestens so attraktive – Alternativen zu konventionellen Produkten. Die Zeiten sind vorbei, in denen der Konsument aus Mitleid zugreift“, sagt Sabine Lydia Müller, Vorstand von dasselbe in grün e.V. – Verband der nachhaltigen Unternehmen. Wie recht sie hat, zeigen die folgenden Beispiele.

Beliya: Design für bessere Bildung

Annika Busse, 34, und Andrea Noelle, 35, aus Hamburg fanden schon als BWL-Studentinnen Gefallen am Social Business. Jetzt tun sie mit dem Verkauf von Taschen Gutes

Idee & Motivation Sie teilen eine Leidenschaft für Mode – und den Traum, dass eines Tages jede Frau „eine Beliya“ haben möchte. An diesem Ziel arbeiten Annika Busse und Andrea Noelle auf Hochtouren.

Wunsch & Wirklichkeit Rund 2000 Designertaschen und Accessoires haben die Freundinnen seit September 2012 schon verkauft, den Großteil über ihren Internetshop (www.beliya.de). „Das Feedback ist überwältigend“, sagen die Gründerinnen, die als Nächstes die Boutiquen erobern wollen. Von Reichtum träumen sie (noch) nicht. Denn sich selbst zunächst kleine Gehälter auszuzahlen ist Teil ihres sozialunternehmerischen Konzepts: Beliya soll zwar spätestens 2015 profitabel sein, Vorrang hat aber der gute Zweck. „Wir reinvestieren in die Vereine und Stiftungen, die wir unterstützen“, sagt Annika Busse. So wird durch den Verkauf Kindern in Entwicklungsländern der Schulbesuch finanziert. Jede Tasche ist mit einem Anhänger versehen, auf dem der Name des geförderten Kindes steht.

Anspruch & Umsetzung Die Shopper, Clutches und Handytaschen werden ausschließlich aus edlen Upcycling-Materialien hergestellt, Leder, das durch den Qualitätscheck für Sofa-Produktionen gefallen ist, überschüssige Stoffe aus Prêt-à-porter-Kollektionen. Gefertigt wird in Ungarn, „unter fairen Arbeitsbedingungen“, betont Andrea Noelle. Schon als Studentinnen faszinierte beide die Idee des Sozialunternehmertums; gemeinsam schrieben sie ihre Doktorarbeiten über Mikrokredite in Entwicklungsländern. „Dabei wurde uns klar, dass Bildung der Schlüssel ist, um der Armut zu entkommen.“ Nach ein paar Jahren als Angestellte wagten die jungen Mütter den Schritt ins Social Business, das für sie viel mehr als ein Job ist. „Es prägt unser ganzes Denken und Handeln, wir gehen selbstloser durch die Welt.“ >>>



Alsterperlen: Haushalts- hilfen für fairen Lohn

Manunia Friedel (Mitte), 40, Kommunikationswirtin und fünffache Patchwork-Mutter, beweist seit 2011: Das Geschäft mit Haushalts-Dienstleistungen funktioniert auch ohne Dumping-Löhne

Idee & Motivation „Wer etwas verändern will, muss selbst handeln und darf nicht darauf warten, dass andere aktiv werden: Aus dieser Einstellung heraus habe ich die Alsterperlen gegründet. Als wir 2009 nach Hamburg zogen, engagierten wir eine Haushaltshilfe über eine Agentur. Eine schlechte Erfahrung! Die Servicebereitschaft des Dienstleisters war ebenso miserabel wie die Leistungen der häufig wechselnden Kräfte. Aus Gesprächen mit ihnen erfuhr ich, wie unzufrieden sie aufgrund schlechter Behandlung und noch schlechterer Bezahlung waren. Das musste man doch besser machen können, dachte ich. Für einen gehobenen Haushaltsservice, der nicht nur Putzhilfen vermittelt, sondern zusätzliche Leistungen wie Einkaufen oder Gassigehen anbietet, gab es in Hamburg Bedarf. So startete ich 2011 mit meiner ersten ‚Perle‘.“

Wunsch & Wirklichkeit „Inzwischen sind 13 Frauen für rund 70 Kunden im Einsatz, und wir wachsen weiter. Sechs Monate gab ich mir, um profitabel zu werden – und schaffte es früher. Ich bin Unternehmerin, denke renditeorientiert, aber mein Business vereint ganz klar Wirtschaftlichkeit und soziale Verantwortung. Natürlich könnte ich mehr Profit herausschlagen, aber nur zulasten meiner Mitarbeiterinnen: weniger Lohn, straffere Zeitpläne, keine Rücksicht auf deren familiäre Situationen. Meine Perlen – viele Frauen 50 plus – sind fest angestellt und bekommen je nach Anforderungen neun bis 13 Euro pro Stunde. Also deutlich mehr als bei der Konkurrenz.“

Anspruch & Umsetzung „Dafür erwarte ich Leidenschaft für den Job und 100-prozentige Dienstleistungsbereitschaft. Wer das nicht erfüllt, ist falsch bei uns. Wir haben viele Stammkunden, die Wert auf gute Arbeit mit fairen Arbeitsbedingungen legen. Und wem wir zu teuer sind, der passt eben nicht zu uns. Wir können und wollen nicht alle Menschen glücklich machen – aber viele!“

Coffee Circle: für bewussteren Konsum

Von Unternehmensberatern zu Sozialunternehmern: Die Berliner Martin Elwert (links), 32, und Robert Rudnick (rechts), 33, setzen seit 2010 dem harten Kaffee-Business eine Alternative entgegen

Idee & Motivation „Als Martin und unser stiller Teilhaber Moritz Waldstein-Wartenberg nach einem Sabbatical in Äthiopien vorschlugen, wir könnten uns mit Fair-Trade-Kaffee selbstständig machen, fragte ich sie, ob sie zu heiß geduscht hätten. Abgesehen davon, dass ich eher Teetrinker war, schien mir die Konkurrenz zu groß. Doch dann überzeugte auch mich der unschlagbare äthiopische Kaffee. Und der Gedanke, endlich ehrliche Qualität auf den Markt zu bringen. Denn in der Branche ist es üblich, dass westliche Händler Spitzenumsätze machen, während die Kaffeefarmer ihre Familien nicht ernähren können.“

Wunsch & Wirklichkeit „Letztlich entscheiden die Verbraucher über unseren Erfolg. Wir müssen die erreichen, die Kaffee lieben, online kaufen wollen und soziale Verantwortung schätzen. Eine Zielgruppe, die stetig wächst. Ohne Investoren hätten wir es aber nicht geschafft. Inzwischen sind wir 26 Mitarbeiter: 16 Festangestellte plus sehr gute Praktikanten, freie Programmierer und Aushilfen. Unser Kaffee wurde auch schon ausgezeichnet. Jetzt wollen wir unsere Produkte in den Lebensmittelhandel bringen. Als Unternehmensberater haben wir zwar mehr verdient, trotzdem lohnt es sich für uns. Denn was wir tun und mit wem, motiviert viel mehr als Geld.“

Anspruch & Umsetzung „Unser Modell kombiniert den Verkauf von Gourmet-Kaffee mit direkter Aufbauhilfe vor Ort: Wir zahlen beim Einkauf weit über Weltmarktpreis und geben pro Kilo verkauftem Kaffee einen Euro an die Bauern vor Ort zurück, um deren Lebensbedingungen zu verbessern. Unsere Kunden können selbst bestimmen, in welches Projekt der eine Euro fließen soll, zum Beispiel in den Bau von Brunnen oder Schulen. Das Funkeln in den Augen der Äthiopier zu sehen, wenn ein Projekt fertig ist, das ist einfach unbeschreiblich!“

