

Monitor Social Entrepreneurship Schweiz 2024

SENSSuisse
Social Entrepreneurship



Co-funded by the
European Union



europaean
social enterprise
monitor

Inhalt

Seite 2	—	—	Vorwort
Seite 3	—	—	Social Entrepreneurship: Definition und Kontext
Seite 4 & 5	—	—	Der Monitor in Kürze und Datengrundlage
Seite 6 & 7	—	—	Social Enterprises sind in jedem Wirtschaftszweig vertreten
Seite 8, 9, 10 & 11	—	—	Fokusthema Finanzierung
Seite 12	—	—	Anfangsfinanzierung
Seite 13	—	—	Unternehmensportrait: MusikSpitex
Seite 14	—	—	Finanzierungsquellen
Seite 15	—	—	Finanzierungsarten und Finanzverwendung
Seite 16	—	—	Unternehmensportrait: Nest Sammelstiftung
Seite 17	—	—	Umsatzentwicklung und Profite
Seite 18	—	—	Unternehmensportrait: Choba Choba
Seite 19	—	—	Skalierung und Skalierungsstrategien
Seite 20 & 21	—	—	Gastbeitrag Impact Hub Ticino
Seite 22	—	—	Hürden
Seite 23	—	—	Unternehmensportrait: Quadrat
Seite 24	—	—	Unternehmensportrait: Ucliva
Seite 25	—	—	Rechtsformen von Social Enterprises
Seite 26	—	—	Unternehmensportrait: neonomia
Seite 27	—	—	Frauen in Führungspositionen
Seite 28 & 29	—	—	Gastbeitrag Fachhochschule Bern
Seite 30	—	—	Unternehmensportrait: RRRevolve
Seite 31	—	—	Beschaffung und Ertragsquellen
Seite 32	—	—	Unternehmensportrait: Neue Sicht
Seite 33	—	—	Unternehmensportrait: L'Alberoteca
Seite 34	—	—	Alter und Vollzeitbeschäftigte von Social Enterprises
Seite 35	—	—	Unternehmensportrait: Stiftung Züriwerk
Seite 36 & 37	—	—	Gastbeitrag Après Genève





Daten für die Förderung von Social Entrepreneurship in der Schweiz

Der dritte Social Entrepreneurship Monitor für die Schweiz ist da! Es freut mich sehr, dass wir wieder einen ausführlichen Bericht über die wirkungsorientierten Unternehmen in der Schweiz präsentieren können.

Der neue Monitor belegt das Wachstum des Social Entrepreneurship Sektors ebenso wie die Tatsache, dass wir wirkungsorientierte Unternehmen in nahezu allen Branchen und Wirtschaftsbereichen finden können. Es gibt immer mehr Unternehmen, die ihre wirtschaftlichen Zielsetzungen mit Nachhaltigkeitszielen verbinden. Social Entrepreneurs ziehen gerade aus der Verbindung von wirtschaftlichen und sozialen Zielsetzungen die Motivation für ihr Handeln. Und sie schaffen immer mehr attraktive Arbeitsstellen für Arbeitnehmende, die sich eine sinnstiftende berufliche Tätigkeit wünschen.

Wir von SENS sind überzeugt, dass das Social Entrepreneurship in der Schweiz weiter gefördert und sichtbar gemacht werden muss, weil es Lösungen für gesellschaftliche Herausforderungen entwickelt und einen überzeugenden Weg für eine ressourcenbewusste und zukunftsorientierte Wirtschaft aufzeigt. Die unternehmerischen Beispiele im Bericht weisen auf genau diese Punkte hin – quer durch Branchen und Wirtschaftsbereiche von der Architektur über die Hotellerie bis zur Altersvorsorge.

Wir wünschen eine inspirierende Lektüre und bedanken uns bei den beteiligten Unternehmer:innen, unseren Partner:innen beim Euclid Network sowie den unterstützenden Organisation und unserem Redaktionsteam.



Pia Tschannen
Präsidentin SENS

Social Entrepreneurship kurz erklärt

Unternehmerisches Handeln für eine positive gesamtgesellschaftliche Wirkung: das ist der Kern von Sozialem Unternehmertum (Social Entrepreneurship). Diese Unternehmen erzielen ihren Ertrag durch Produkte und Dienstleistungen im Markt, stellen aber ihr Businessmodell unter das prioritäre Ziel, eine soziale, kulturelle und/oder ökologische Wirkung (Social Mission) zu erreichen. Der Gewinn wird explizit zur Weiterentwicklung des Unternehmens und zur Stärkung des Wirkungsziels verwendet.

Die 5 Prinzipien von Social Entrepreneurship:*



Der Unternehmenszweck liegt in der positiven sozialen, ökologischen oder kulturellen Wirkung.



Erlöse resultieren zu mind. 50% aus Dienstleistungen oder Produkten.



Entscheidungskompetenz und Verantwortung liegen autonom beim Unternehmen.



Ertragsüberschüsse werden zu einem grossen Teil für die gesellschaftliche Wirkung reinvestiert.



Stakeholder erhalten Mitwirkungsmöglichkeiten.

*Die 5 Prinzipien basieren auf der Definition von OECD und EMES.

Was braucht es für die Schweiz?

Folgende Massnahmen braucht es, um Social Entrepreneurship gezielt zu fördern:

- Anlaufstellen: Beratungsstellen für soziale (Jung-)Unternehmen
- Bekanntheit und Wissen fördern: zum Beispiel durch geeignete Bildungsangebote in Schulen und Universitäten
- Statistische Erfassung: Datenerhebung zu Verbreitung, Grösse und Wirkung
- "Buy Social": Gezielte Förderung von auf Soziale Unternehmen fokussierte private und öffentliche Beschaffungs- und Konsummärkte

Die Social Economy stärken

Soziale Unternehmen arbeiten an Lösungen für gesellschaftliche Herausforderungen. Somit zielt ihr Wirken direkt auf die Erreichung der 17 Sustainable Development Goals (SDGs) und sie leisten einen wichtigen Beitrag für die nachhaltige Wirtschaftsentwicklung.

International ist die OECD Vorreiterin bei der Unterstützung von wirkungsorientierten Wirtschaftsformen. Sie hat die **Recommendation on the Social and Solidarity Economy and Social Innovation** herausgebracht und damit einen internationalen Rahmen geschaffen. Gleichwohl setzt auch die UNO mit der **Resolution der Social und Solidarity Economy (SSE)** ein wichtiges Zeichen für den Sektor.

In Europa geht es ebenfalls vorwärts. Die EU hat im Jahr 2021 den **Social Economy Action Plan** verabschiedet. Deutschland hat die **Strategie für soziale Innovationen und Gemeinwohl orientierte Unternehmen** lanciert. Zudem finden sich in mehreren europäischen Ländern Beispiele dafür, wie auf rechtlicher Ebene eine optimale Grundlage für Soziales Unternehmertum geschaffen werden kann.

Der Monitor in Kürze

Social Entrepreneurs verbinden wirtschaftliches Handeln mit positivem gesellschaftlichem Impact (sozial, ökologisch und/oder kulturell). Sie packen aktuelle Herausforderungen an und treiben die nachhaltige Entwicklung voran.

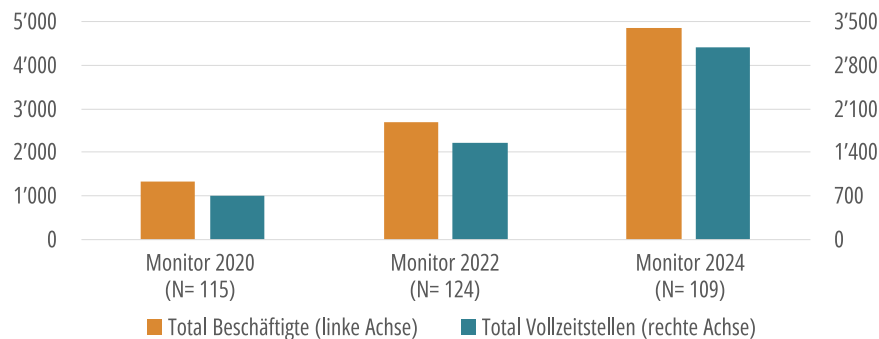
Der Monitor Social Entrepreneurship Schweiz von SENS liefert wertvolle Daten und informiert Politik, Behörden und Wirtschaft über die Chancen und Hürden im Social Entrepreneurship. Dieser Monitor analysiert Daten von 109 Schweizer Social Enterprises und zeigt spannende Einblicke:

- Seit 2020 hat sich bei der Stichprobe die Anzahl der repräsentierten Beschäftigten und deren Vollzeitäquivalente (FTE) nahezu vervierfacht.
- Frauen sind stark vertreten: 51% der Managementpositionen und 39% der Positionen in der Unternehmensleitung sind weiblich besetzt – das liegt deutlich über dem Schweizer Durchschnitt.
- An erster Stelle der Finanzierung von Aufbau, Investitionen, Liquidität und Wachstum stehen Stiftungen. Sie werden häufig beigezogen und weisen eine relativ hohe Erfolgsquote auf. Dies zeigt, dass Stiftungen eine bedeutende Rolle für die Finanzierung von Social Enterprises spielen.
- Der Grossteil der Social Enterprises weist eine ausgeglichene Bilanz auf.

- Social Enterprises sind in allen möglichen Rechtsformen vertreten, wobei Genossenschaften, Stiftungen und Vereine überdurchschnittlich häufig vorkommen.
- Ihr positiver Impact zeigt sich in allen Branchen und Regionen der Schweiz.
- 33% der Befragten geben an, Finanzbedarf für die Skalierung ihres Betriebs zu haben. 20% geben an, Finanzmittel für die Expansion in neue Märkte zu benötigen. Dies deutet darauf hin, dass viele Social Enterprises Kapital benötigen, um ihre Wirkung mittels Skalierung zu vergrössern.
- Trotz ihres Engagements sehen viele Social Enterprises Hürden, die ihre Entwicklung bremsen. Als grösstes Hindernis nennen die Unternehmen die schwache Lobbyarbeit.
- Für mehr als die Hälfte der Social Enterprises ist der Handel mit Geschäftskunden (B2B) die wichtigste oder zweitwichtigste Einnahmequelle (58 von 108). Ähnlich sieht es beim Handel mit Privatkunden aus (B2C).

Dieser Monitor zeigt: Social Entrepreneurs in der Schweiz gestalten die Zukunft aktiv mit – und stossen dabei auf Herausforderungen, die es zu überwinden gilt.

Datengrundlage

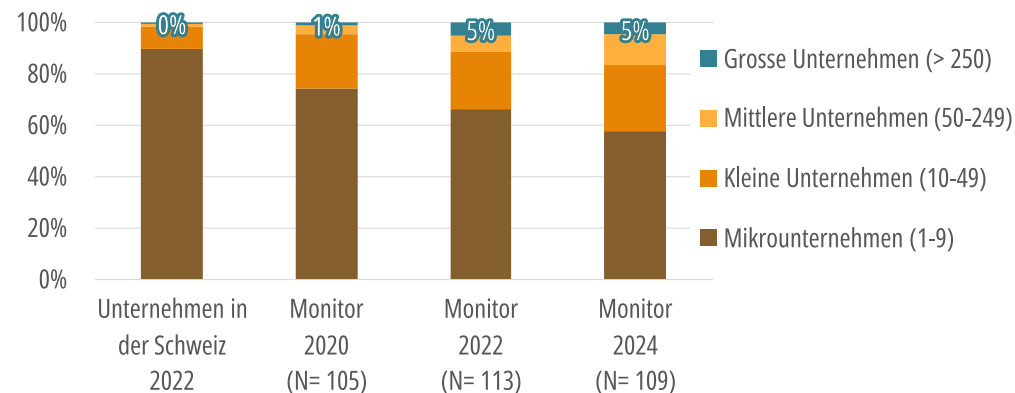


Zur Grundgesamtheit von Social Entrepreneurship in der Schweiz gibt es keine verlässlichen Angaben. Aufgrund von Schätzungen aus der Literatur kommen wir zum Schluss, dass dieser Monitor um die 3% der Social Enterprises in der Schweiz abbildet.

Insgesamt haben für diesen Monitor 109 Unternehmen mitgemacht. Dies ist bisher die kleinste Stichprobe für den Social Entrepreneurship Monitor. Gleichzeitig hat sich seit 2020 die Anzahl der repräsentierten Beschäftigten und deren Vollzeitäquivalente (FTE) nahezu vervierfacht. Der Monitor erfasst mittlerweile fast 5'000 Beschäftigte sowie über 3'000 Vollzeitäquivalente (FTE). Dieser deutliche Anstieg zeigt, dass die Datengrundlage dennoch repräsentativer für den gesamten Sektor ist, als in den früheren Jahren. Gleichzeitig heisst dies, dass von Jahr zu Jahr eher grössere Firmen teilgenommen haben.

Verglichen mit allen marktwirtschaftlichen Unternehmen in der Schweiz sind die hier repräsentierten Unternehmen eher grösser. Dies hat vermutlich einerseits damit zu tun, dass gesellschaftliche Herausforderungen etwas seltener von Einzelfirmen angegangen werden, und andererseits die sehr kleinen Unternehmen etwas schwerer für die Teilnahme an Umfragen zu motivieren sind.

Wie schon 2022 haben wir die Erhebung für den Social Entrepreneurship Monitor 2024 in einem koordinierten Vorgehen mit dem Europäischen Social Entrepreneurship Monitor (ESEM) erarbeitet. Die Umfrage wurde online, zwischen dem 1. November 2023 und dem 31. Januar 2024 durchgeführt. Im Umfragezeitraum wurde die Befragung von Mitgliedern und Partnerorganisationen von SENS auf Social Media und via Direct Mailing gestreut und weitergeleitet. Die Umfrage konnte auf Deutsch, Französisch und Italienisch ausgefüllt werden. Während der Europäische Monitor die meisten Fragen definierte, wurden die Übersetzungen von SENS bereitgestellt.



Die Vielseitigkeit von Social Enterprises: Gesellschaftliche Wirkung in verschiedensten Branchen

Social Enterprises setzen sich in einer Vielzahl von Branchen dafür ein, gesellschaftliche Herausforderungen zu bewältigen. Der Kern von Social Entrepreneurship liegt darin, durch unternehmerisches Handeln eine positive gesellschaftliche Wirkung zu erzielen.

Die 17 Sustainable Development Goals (SDGs) der Vereinten Nationen bieten einen Referenzrahmen für die Vielzahl gesellschaftlicher Herausforderungen, die Social Enterprises angehen. In diesem Kontext haben die Social Enterprises im Rahmen des Monitors angegeben, in welchen SDGs ihre gesellschaftliche Wirkung liegt – von Gesundheit und Wohlergehen über Geschlechtergleichheit bis hin zu Massnahmen zum Klimaschutz.

Die grafische Auswertung verdeutlicht, dass Social Enterprises in der Schweiz ihre gesellschaftliche Wirkung in den unterschiedlichsten Bereichen entfalten und dabei alle 17 SDGs abdecken. Gleichzeitig finden sich Social Enterprises in nahezu allen Wirtschaftszweigen, basierend auf der internationalen Standardklassifikation der Wirtschaftszweige (ISIC) der UNO. Die einzige Ausnahme bilden die Bereiche Bergbau und öffentliche Verwaltung, wobei Letzterer per Definition nicht als Social Enterprise gilt. Das heisst, dass es für jede Branche mindestens ein Social Enterprise als Lieferanten oder Dienstleister gibt.

Somit zeigt sich Social Entrepreneurship in der Schweiz in zweifacher Hinsicht als äusserst vielseitig: Einerseits wird die gesellschaftliche Wirkung in verschiedenen Bereichen realisiert, andererseits erstreckt sich die unternehmerische Tätigkeit über zahlreiche Branchen hinweg. Diese Diversität unterstreicht das breite Engagement von Social Enterprises, die mit ihrer Wirkung einen wichtigen Beitrag zur nachhaltigen Entwicklung leisten.



«For Impact»: Investieren für eine Wirkung

Investieren *für* eine positive gesellschaftliche Wirkung (for impact) geht weiter als Investieren *mit* einer positiven Wirkung (with impact). Primär wird eine Chance gesucht, um mit einem Investment eine positive gesellschaftliche Wirkung zu ermöglichen. Also nicht das Investment, sondern die Wirkung steht an erster Stelle. Das ist nicht ohne Geduld und Risikobereitschaft möglich. Dafür kann das Kapital um so mehr bewegen. Im Gegensatz dazu ist Investieren *mit* einer Wirkung besser geeignet für Investoren mit einem höheren Sicherheitsbedürfnis. Beides kann ein Social Enterprise adressieren (vgl. folgende Grafik¹). Pfannenfertige «Investment-Tickets» gibt es i.d.R. nicht, sie werden anhand der Bedürfnisse eines Social Enterprises ermittelt.



Eine beträchtliche Summe wird bereits *für* oder *mit* Wirkung investiert. Global wird das Volumen an nachhaltigen Investments (als Überkategorie) mit 25-1'111 Billionen CHF², und für die Schweiz mit 1.7 Billionen CHF³ beziffert. Davon wird etwa 1 Billion dem *verantwortungsvollen* und 660 Milliarden dem Investieren *mit* und teilweise auch *für* eine Wirkung zugeordnet (Eurosif-Kategorien 3 und 4⁴). Die wirkungsorientierten Investitionen haben bereits beachtliche Grössen erreicht und sind sich stark am Entwickeln. In der Schweiz hat sich das Volumen der Investitionen *mit* und *für* eine Wirkung im letzten Jahr verdoppelt.

¹ Grafik nach "The Investing for Impact Toolkit" (2020)

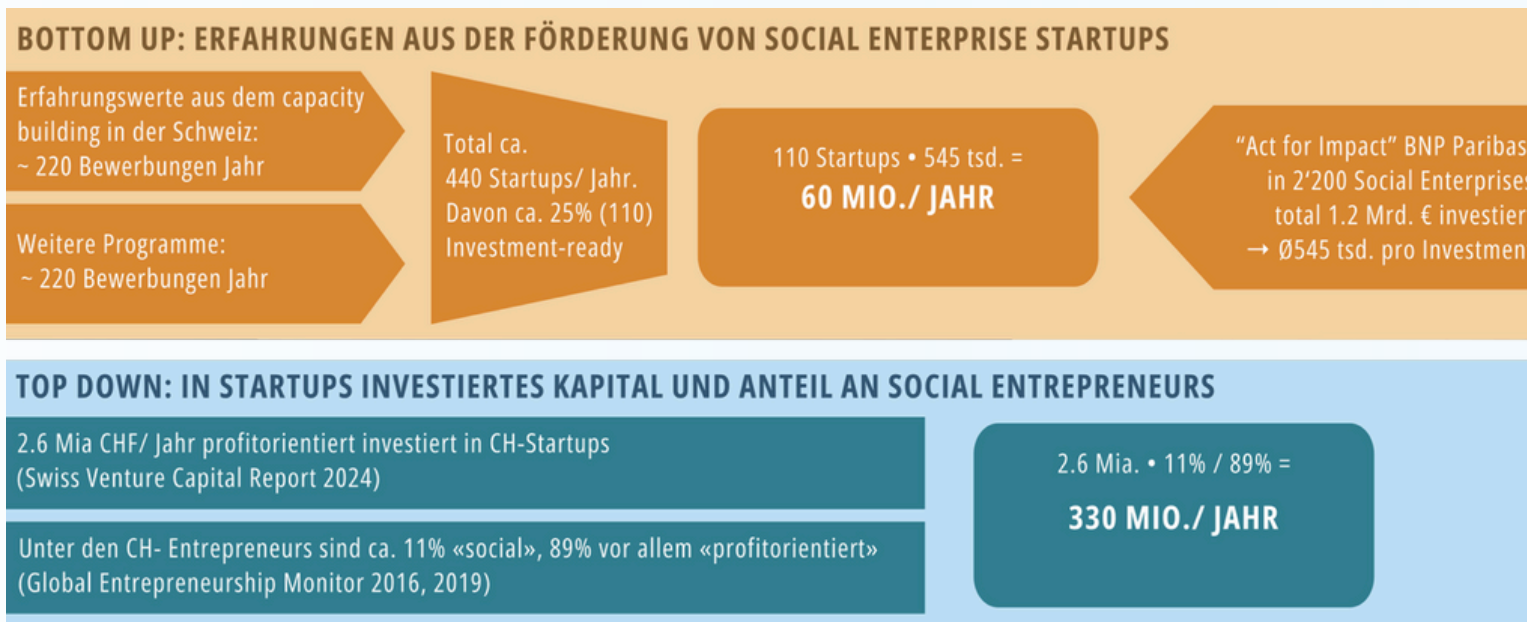
² Global Sustainable Investment Review 2022 (2023), Sizing the Impact Investing Market (2022)

³ Swiss Sustainable Investment Market Study 2024 (2024)

⁴ Classification Scheme for Sustainable Investments (2024)



Was spezifisch in Social Enterprise Startups investiert werden könnte, zeigt die Schätzung des Marktpotentials von SENS. Wir haben dafür zwei voneinander unabhängige Ansätze angewandt: «Bottom up» und «Top down» (vgl. nachfolgende Grafik). Für den Bottom up Ansatz haben wir die Anzahl an Social Startups, welche bereit für Investitionen sind, geschätzt und deren Anzahl mit dem durchschnittlichen Investitionsvolumen in einem Investitionsprogramm für Social Enterprises der französischen Bank BNP Paribas multipliziert. Dies ergab ein Potential von 60 Mio. CHF/Jahr. Beim Top down-Ansatz haben wir die profitorientierten Investitionen in Schweizer Start Ups mit dem Verhältnis von *Social Entrepreneurs* zu *profitorientierten Entrepreneurs* multipliziert. Dies Ergab ein Potential von 330 Mio. CHF/Jahr. Damit können wir erstmalig eine Spannweite für den Social Entrepreneurship Markt angeben: Pro Jahr könnten 60-330 Mio. CHF in Startups für eine positive Wirkung investiert werden.





Ein “for impact” Finanzierungsökosystem für die Schweiz



Rahel Pfister
Geschäftsführerin SENS

Welche Erfahrungen hat SENS bzgl. “for impact” Investitionen gemacht?

In der Schweiz stehen wir noch ganz am Anfang. Erste Erfahrungen haben wir z.B. mit dem Social Impact Accelerator sammeln können. Dabei wurde deutlich, dass die Förderung von Social Entrepreneurship nur dann funktioniert, wenn sie langfristig angelegt ist und das Capacity Building mit einem Investitionsprogramm gekoppelt wird. Mich freut es deshalb sehr, dass wir gemeinsam mit starken Partnern nun ein schweizweites “for impact” Finanzierungsökosystem für wirkungsorientierte Unternehmen aufbauen dürfen, das hoffentlich in den nächsten Jahren viele wirkungsorientierte Geldgeber mit entsprechenden Unternehmen verbinden wird.

Für unsere Tätigkeiten sind die aktuellen Entwicklungen in Europa Inspiration. In verschiedenen Ländern entstehen neue Netzwerke von Geldgebern, die auf die positive gesellschaftliche Wirkung (Social Impact) fokussieren. Sie sind bereit für Finanzierungsmechanismen, welche den individuellen Bedürfnissen wirkungsorientierter Startups und Unternehmen entsprechen. So werden passende Finanzierungsinstrumente ausprobiert wie z.B. Wandeldarlehen als bereits etablierter Ansatz oder neuere Modelle wie beispielsweise Impact-Linked-Loan. Vieles davon scheint uns auch für die Schweiz sehr interessant zu sein.



Was ist die Rolle von SENS in Bezug auf “for Impact” Investitionen?

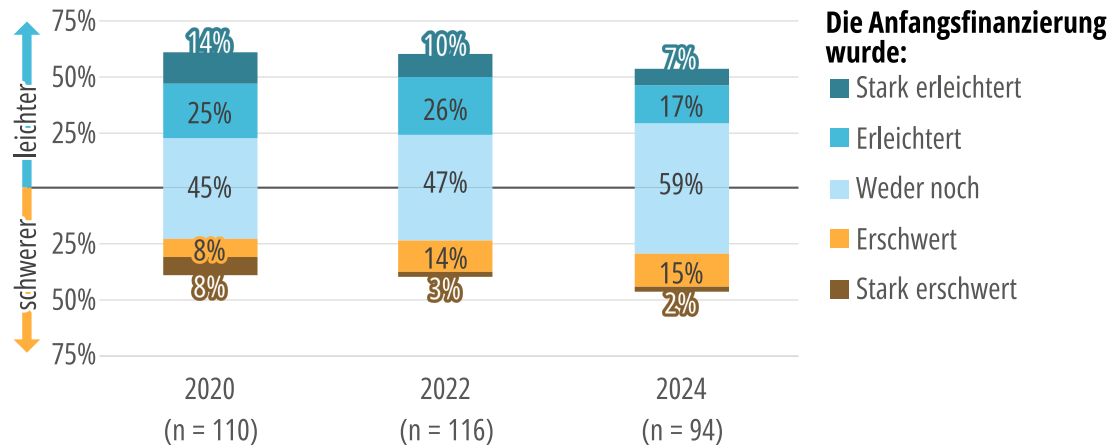
SENS fungiert wie eine Drehscheibe. Wir schlagen die Brücke zwischen wirkungsorientierten Unternehmen und Geldgeber:innen, wir schaffen Anschluss an verschiedene Förderangebote in der Schweiz, wir informieren Medien und Politik über die neusten Erkenntnisse und wir sind in regem Austausch mit verschiedenen Hochschulen und Forschungspartner:innen. Gemeinsam mit ihnen testen wir Qualitäts- und Wirkungsstandards für Social Entrepreneurship, welche wir im Sinne eines Gütesiegels in den Programmen vertreten. Zudem stehen wir in Kontakt mit den verschiedenen Social Entrepreneurship Akteur:innen in Europa und lernen, was in anderen Ländern funktioniert. In diesem Sinne sehen wir uns auch als Trend-Radar.

Woran zeigt sich, dass sich der Sektor entwickelt?

Entwicklungen finden in verschiedenen Bereichen statt. So zum Beispiel in den Rechtswissenschaften, wo aktuell zum Thema intensiv geforscht wird. Denn wirkungsorientierte Unternehmen haben in Bezug auf die rechtliche Ausgestaltung oft sehr spezifische Fragen. Deshalb bieten wir neu auch ein Rechtsberatungsangebot mit Fokus Social Entrepreneurship. Und auch bei der Finanzierung tut sich aktuell einiges, insbesondere in der Stiftungswelt. Seit einer Änderung der Steuerpraxis im Kanton Zürich im Februar 2024 dürfen Stiftungen dort Förderleistungen an wirkungsorientierte Unternehmen ausschütten, was zu einer regen Auseinandersetzung mit dem Thema Social Entrepreneurship geführt hat. Zudem beobachte ich ein aufkommendes Interesse am Thema Social Impact Investing. Das erwähnte neue “for impact” Finanzierungs-ökosystem für die Schweiz hat zum Ziel, möglichst viele dieser wirkungsorientierten Investor:innen und Geldgeber:innen zusammenzubringen und so den Kapitalpool für Social Entrepreneurship zu stärken.



Der Einfluss der Wirkungsorientierung bei der Anfangsfinanzierung



Die grösste Gruppe bilden in allen drei Jahren die Befragten, die die Anfangsfinanzierung als „weder erleichtert noch erschwert“ bewerteten. Ihr Anteil stieg stetig von 45 % im Jahr 2020 auf 47 % im Jahr 2022 und schliesslich auf 59 % im Jahr 2024. Ein Social Enterprise zu gründen wird bezüglich der Anfangsfinanzierung zwar nicht als besonders erschwerend, aber auch nicht mehr als besonders erleichternd wahrgenommen.

In allen Jahren ist der Anteil der Unternehmen, die eine erleichterte Anfangsfinanzierung erlebten, grösser als der Anteil der Unternehmen, die von einer erschwerten Finanzierung berichten. Der Fokus auf die Wirkung wurde lediglich von 16-17 % der Antwortenden als erschwerend bewertet. Die Verschiebung von "Stark erschwert" hin zu "Erschwert" ist nicht stark zu gewichten. 2020 waren auch eher jüngere und kleinere Unternehmen vertreten.

Während die Wirkungsorientierung – also der Fokus auf sozialen, ökologischen und/oder kulturellen Impact – zu Beginn oft eine Erleichterung bei der Finanzierung darstellt, scheint dies in der späteren Phase der Unternehmensentwicklung weniger der Fall zu sein. Auf Seite 15 zeigen wir, dass viele Social Enterprises Mühe bekunden, an Investments von z.B. der Börse, von Business Angels oder von Banken zu gelangen. Diese eher an die Skalierung gerichteten Finanzquellen scheinen schwerer erschliessbar zu sein. In der Gründungsphase hingegen kann eine starke Wirkungsorientierung attraktiv sein und zum Beispiel philanthropische Finanzmittel anziehen.



MusikSpitex: Konzerte für Menschen in Pflegesituationen

Welche Inspiration und Motivation stand hinter der Gründung der Musikspitex?

Die Covid-19-Pandemie trieb viele bereits unter sozialer Isolation leidende Menschen noch tiefer in die Einsamkeit. Für Mirjam Toews, Gründerin der MusikSpitex, war das die Motivation, durch persönliche Live-Konzerte zu Hause diese Isolation von Menschen in Pflegesituationen zu bekämpfen und deren kulturelle Teilhabe zu stärken.

Was waren bisher eure grössten Herausforderungen? Wie habt ihr diese überwunden?

Eine der grössten Herausforderungen für die MusikSpitex war die Finanzierung und Sicherstellung einer stabilen finanziellen Basis. Durch intensive Fundraising-Bemühungen und den Aufbau von Partnerschaften mit Stiftungen kann diese Hürde überwunden werden. Eine weitere Herausforderung ist die Logistik und Organisation der Musikerbesuche, die durch die Einführung eines effizienten Planungssystems und enger Zusammenarbeit mit Pflegeorganisationen gemeistert wurde.



Die MusikSpitex ist ein soziales Non-Profit-Projekt an der Schnittstelle von Gesundheitsdiensten und sozialer und kultureller Inklusion, das Menschen in Pflegesituationen unterstützt. In Zusammenarbeit mit Pflegeorganisationen, -heimen und Angehörigen vermitteln wir professionelle Musiker, die Personen zu Hause oder im Pflegezimmer besuchen und Wunschkonzerte spielen.

Wie hat sich die Idee der MusikSpitex seitdem entwickelt?

Seit ihrer Gründung hat sich die MusikSpitex kontinuierlich weiterentwickelt. Das Projekt begann mit einer kleinen Gruppe von Musikern und ist mittlerweile gewachsen, um mehr Pflegebedürftige zu erreichen. Dazu gehört auch ein Fokus auf die gesamte Schweiz, nicht nur auf den Gründungsort Basel. Die Zusammenarbeit mit verschiedenen Spitex-Organisationen und Pflegeeinrichtungen wird derzeit intensiviert, und das Angebot wurde auf Kinder in Pflege sowie Menschen mit Demenz und anderen neurokognitiven Störungen ausgeweitet.

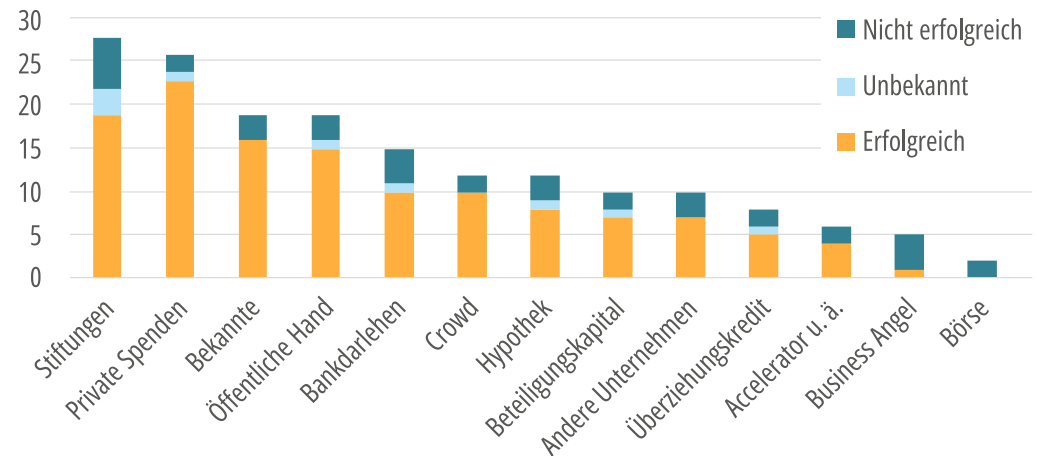
Welche Finanzierungsquellen haben euch den Start und danach auch die Weiterentwicklung ermöglicht?

Ein Pilotprojekt wurde zuerst durch die Fördervereine der Spitex Allschwil Binningen Schönenbuch in Zusammenarbeit mit anderen Stiftungen getestet. In einer zweiten Phase wurden für eine Anschubsfinanzierung Stiftungsgelder angefragt. Derzeit wird die Arbeit der MusikSpitex durch eine Kombination aus privaten Spenden, Stiftungsgeldern und Partnerschaften mit Pflegeorganisationen ermöglicht.

Mit welchen Quellen Social Enterprises ihre Finanzierung sichern

An erster Stelle der Finanzierung von Aufbau, Investitionen, Liquidität und Wachstum stehen Stiftungen. Sie werden häufig beigezogen und weisen eine relativ hohe Erfolgsquote auf. Dies zeigt, dass Stiftungen eine bedeutende Rolle für die Finanzierung von Social Enterprises spielen. Die volumenmässig gewichtigeren Kredite und Eigenkapital (vgl. Grafik nächste Seite) werden aber oft nicht von Stiftungen ausgegeben. Private Spenden sowie Finanzierungen durch Bekannte sind die am zweit- und dritthäufigsten genannten Quellen. Beide Finanzierungsquellen wurden häufig genutzt und verzeichnen eine hohe Erfolgsquote. Dies deutet darauf hin, dass Social Enterprises in ihrem unmittelbaren Umfeld und durch persönliche Netzwerke besonders gute Chancen haben, benötigte Mittel zu erhalten. Private Spenden stellen somit eine wichtige Säule in der Finanzierung dar.

In den letzten 12 Monaten angegangene Finanzierungsquellen um z.B. Aufbau, Investitionen, Liquidität oder Wachstum zu finanzieren (N= 109)



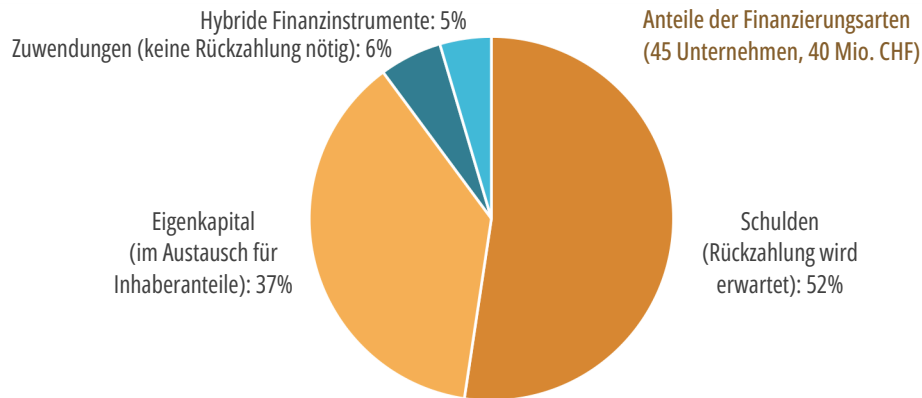
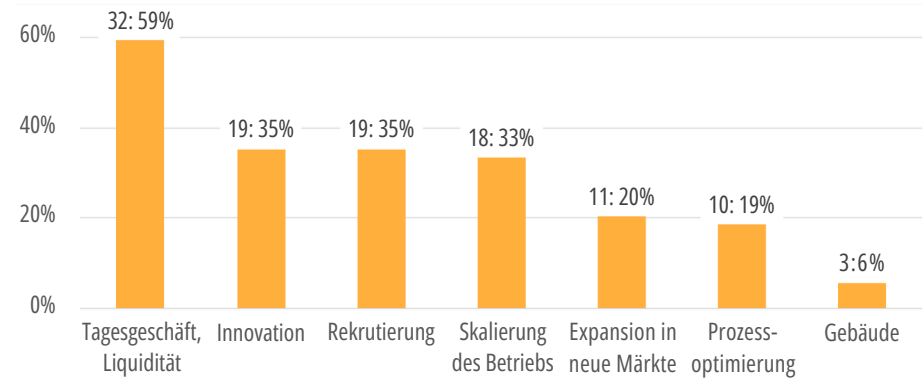
Finanzierungsquellen wie die öffentliche Hand, Bankdarlehen und die Crowd kommen ebenfalls oft zum Einsatz, jedoch zeigen sie gemischte Erfolge. Während einige Unternehmen erfolgreich waren, gelang es anderen nicht, über diese Quellen an Finanzmittel zu kommen. Am wenigsten häufig werden Business Angels und die Börse angegangen und dies auch weniger erfolgreich. Ob nun diese Quellen nur selten angefragt werden, weil die Erfolgswahrscheinlichkeiten bisher so gering sind, können wir nicht sagen. Womöglich fehlt es hier aber auch noch an der Entwicklung des Ökosystems.

Dass sowohl Stiftungen wie auch Banken für die Finanzierung beigezogen werden ist Ausdruck der dualen Struktur von Social Enterprises. Während die Wirkungslogik durchaus attraktiv für Zuwendungen ist, finanziert sich das Geschäftsmodell unternehmerisch. Dies kann in gewissen Situationen ein Vorteil sein (vgl. Kapitel Anfangsfinanzierung). Gleichzeitig besteht genau bei grösseren Investitionen die Gefahr "zwischen Stühle und Bänke zu fallen". Für Zuwendungen ist das Unternehmen zu marktorientiert, für klassische Investments zu wenig renditeorientiert. Gesucht sind deshalb Investitionen von wirkungsorientierten Geldgebern.

Finanzierungsarten und Finanzverwendung von Social Enterprises

Die Sicherung von Liquidität und das Tagesgeschäft stehen beim Finanzbedarf von wirkungsorientierten Unternehmen im Zentrum. 33 % der Befragten geben an, Finanzbedarf für die Skalierung ihres Betriebs zu haben. 20 % geben an, Finanzmittel für die Expansion in neue Märkte zu benötigen. Dies deutet darauf hin, dass viele Social Enterprises Kapital benötigen, um ihre Wirkung mittels Skalierung zu vergrössern.

In welchem Zusammenhang bestand Finanzbedarf in den letzten 12 Monaten? (N= 54)



Um ein wirkungsorientiertes Unternehmen aufzubauen und zu erhalten, wird zum grössten Teil (52 %) auf Schulden zurückgegriffen, gefolgt von Eigenkapital (37 %). Nur 6 % der Finanzierungen stammten aus Spenden, die weder zurückbezahlt noch gegen Unternehmensanteile getauscht werden müssen. Obwohl Spenden eine häufige Finanzierungsquelle für Social Enterprises sind (vgl. vorherige Seite). Es gibt also viele Bestrebungen nach Spendengeldern, aber der volumemässig grössere Anteil sind Investitionen via Schulden und Eigenkapital. Diese Verteilung legt nahe, dass grössere Finanzierungsbeträge unternehmerisch geprägt sind. Das zeigt den professionellen Ansatz vieler Social Enterprises, die trotz ihrer sozialen oder ökologischen Ausrichtung zunehmend auf betriebswirtschaftlich fundierte Finanzierungsmodelle setzen. Es unterstreicht auch die wachsende Reife und Ambition des ganzen Sektors.



Nest Sammelstiftung: Die ökologische und ethische Pensionskasse

Was war die Motivation hinter der Gründung?

Die Nest Sammelstiftung ist aus der Kultur der Selbstverwaltung entstanden. Am 1. Februar 1981 gründete eine Schar Interessierter, in der Genossenschaftsbeiz Kreuz in Solothurn, den Verein Netzwerk für Selbstverwaltung, der als genossenschaftliches Geldinstitut für selbstverwaltete Betriebe in der Schweiz dienen sollte. Als das BVG-Obligatorium näher rückte, entschlossen sich die Mitglieder eine eigene Pensionskasse zu gründen.

Am 5. April 1983 wurde Nest gegründet. Der Name Nest setzt sich aus NE-tzwerk ST-iftung zusammen. Das Ziel war es die angesparten Gelder nicht den Banken und den grossen Versicherungen zu überlassen, sondern selbstbestimmt nach ökologischen und ethischen Richtlinien zu verwalten.

Wo findet die Wirkungsorientierung bei Nest statt?

Das oberste Ziel einer Pensionskasse ist es, sichere Renten zu gewährleisten. Für uns ist es dabei wichtig, die Zukunft nachhaltig zu gestalten, damit die Welt lebenswert bleibt, auch im höheren Alter und für einen möglichst breiten Teil der Bevölkerung. Wir versichern nicht nur KMUs, auch Kleinstunternehmen, Verbände etc. in verschiedenen Branchen. Wir verstehen es als unser Ziel, das Vorsorgevermögen so nachhaltig wie möglich anzulegen. Damit wollen wir zur Entwicklung einer nachhaltigen Wirtschafts- und Gesellschaftsweise beitragen.



Die Nest Sammelstiftung ist die erste ökologische und ethische Pensionskasse in der Schweiz mit Sitz in Zürich und Genf. Seit über 40 Jahren legt sie besonderen Wert auf nachhaltige Anlagen und die Förderung von Chancengleichheit. Mit über 29.000 Versicherten und einem Vorsorgevermögen von 4 Milliarden Franken setzt sich Nest für eine nachhaltige Wirtschafts- und Gesellschaftsweise ein. Nest versichert kleine und mittlere Unternehmen und Organisationen in verschiedenen Branchen und trennt bewusst die Vermögensverwaltung von Nachhaltigkeitsaspekten, um Interessenskonflikte zu vermeiden.

Was bedeutet Wirkungsorientierung in der Finanzwelt?

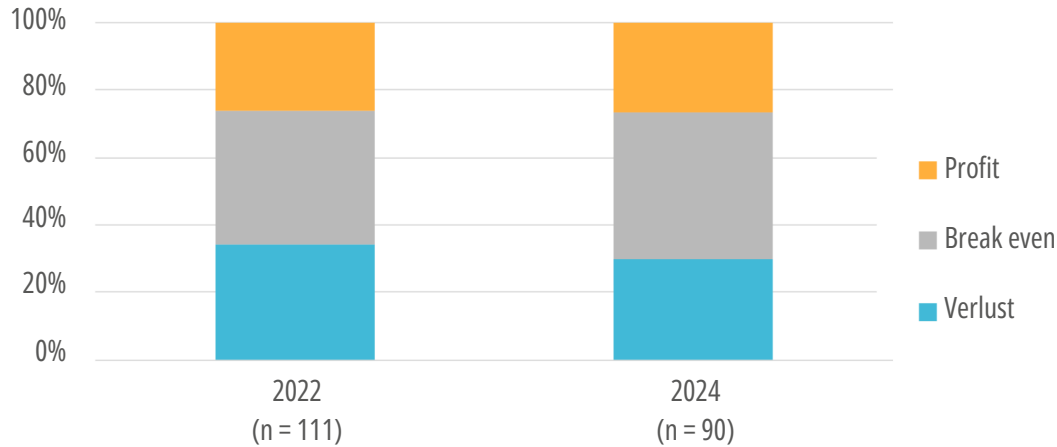
Entweder analysiert man die Auswirkungen eines Unternehmens auf Umwelt und Gesellschaft (Impact-Materialität), oder man fokussiert sich auf die Nachhaltigkeitsrisiken, die das Unternehmen betreffen (finanzielle Materialität). Grosse «Mainstream-Player» verfolgen meistens Letzteres.

Nest verfolgt jedoch seit ihrer Gründung klar die Impact-Perspektive. Nachhaltigkeit ist fest im Anlagereglement verankert und wird von der externen Vermögensverwaltung getrennt, um Interessenskonflikte zu vermeiden. Die Abwägung zwischen Rendite und Nachhaltigkeit wird proaktiv in den Prozessen berücksichtigt, um markt-konforme Renditen (Gesetzesauftrag) sicherzustellen, dies zeigt unsere langfristige Rendite-Entwicklung.

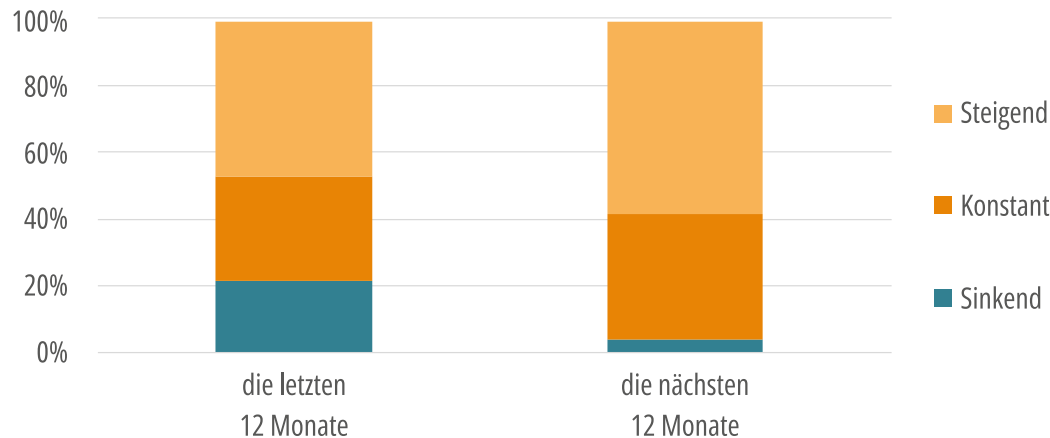


Gesundes Wachstum, stabile Finanzen

Wenn Sie das letzte Jahr betrachten, hat Ihr Unternehmen finanzielle Überschüsse erzielt, Verlust gemacht oder gerade die Kosten gedeckt (Break-even)?



Der Umsatz entwickelt sich... (n = 109)



In der Grafik links zeigt sich, dass es durchaus profitable Social Enterprises gibt. Und wie bei anderen Unternehmen auch, gibt es Social Enterprises, welche Verluste schreiben. Der Grossteil weist aber eine ausgeglichene Bilanz aus. Die Verteilung bleibt im Vergleich zu den vergangenen Erhebungen weitgehend unverändert. Der Social Enterprise-Sektor wächst, wie auch schon im Social Enterprise Monitor 2022 ausgewiesen. Knapp die Hälfte der Social Enterprises konnten in den letzten 12 Monaten wachsende Umsätze verzeichnen. Nur 20% der Unternehmen hatten rückläufige, weitere 30% konstante Umsätze. Der Ausblick für die nächsten 12 Monate ist mit 60% von steigenden Umsätzen geprägt. Knapp 40% erwarten Konsante Umsätze, während kaum sinkende Umsatzzahlen erwartet werden.



Choba Choba: Kakaobauern werden zu Miteigentümer

Was war die Motivation und Inspiration hinter der Gründung von Choba Choba?

Die meisten der 6 Millionen Kakaobauern weltweit erhalten niedrige Löhne und leiden unter dem Machtungleichgewicht in der Wertschöpfungskette. Obwohl sie entscheidend für die Schokoladenherstellung sind, können sie kaum von ihrer Arbeit leben und haben wenig Anreiz, nachhaltig hochwertige Kakaobohnen zu produzieren.

2015 gründeten Eric, Christoph und 36 Kakaobauern aus dem Huayabamba-Tal Choba Choba, um dieses Machtungleichgewicht zu ändern. Als erste Schweizer Schokoladenmarke im Besitz von Kakaobauern teilen wir in Peru und der Schweiz Werte, Verantwortung sowie Erfolge und Misserfolge.

Was sind aktuell die grössten Herausforderungen für euch?

Eine Herausforderung ist, dass wir uns als kleines, junges Schokoladen-Unternehmen im stark umkämpften EU- Schokoladenmarkt behaupten müssen, einem der härtesten Märkte weltweit.

Die zweite Herausforderung liegt im Wachstum unseres Schokoladenunternehmens. Wir müssen mehr Bauern in unsere Genossenschaft integrieren, um die steigende Nachfrage nach Kakao zu decken.



Choba Choba ist eine Schweizer Schokoladenmarke mit einem einzigartigen Geschäftsmodell, das Kakaobauern zu Miteigentümern macht. Die Marke bietet hochwertige Schweizer Schokolade aus biologischem Kakao, direkt von den Bauern und Miteigentümern in Peru. Choba Choba steht für ethische Produktion, Nachhaltigkeit und sozialen Wandel. Das Unternehmen agiert in einem dreiteiligen Ökosystem, bestehend aus Choba Choba AG, Choba Choba Stiftung und Choba Choba Kooperative, um diese Werte zu fördern.

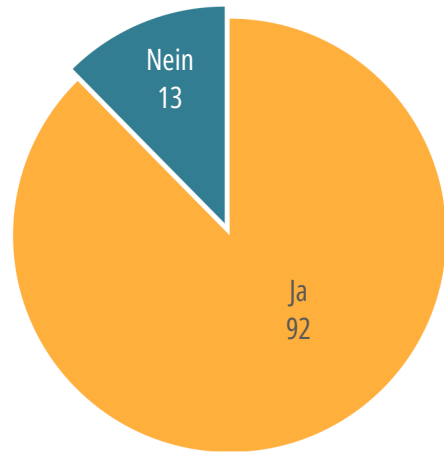
Die derzeit historisch hohen Preise auf dem globalen Kakaomarkt bieten eine bedeutende Chance für peruanische Bauern, die direkt von diesen erhöhten Preisen profitieren können. Doch dieses Marktumfeld – in dem selbst minderwertiger Kakao hohe Preise erzielen kann – entmutigt die Bauern, Qualität zu priorisieren oder nachhaltige Anbaumethoden zu übernehmen, die für Choba Choba von zentraler Bedeutung sind. Dies erschwert es mehr Bauern zu gewinnen, die sich unserem Modell von Qualität und Nachhaltigkeit anschliessen.

Welche Finanzierungsansätze habt ihr genutzt, um Choba Choba zu starten und zu skalieren?

Seit Beginn haben wir uns auf die Unterstützung unserer Community verlassen. Wir haben Choba Choba 2015 durch eine Crowdfunding- Kampagne ins Leben gerufen, gefolgt von drei aufeinanderfolgenden Crowdinvesting Runden (2020-2024), bei denen wir unsere Eigentümerschaft für unsere Gemeinschaft aus Schokoladenliebhabern und -profis geöffnet haben. Dadurch wurde Choba Choba zur ersten Schokoladenmarke, die nicht nur von Kakaobauern, sondern auch von Konsumenten und Schokoladenherstellern mitbesessen wird. Seit 2019 werden wir von einem Family Office durch nachrangige Kredite unterstützt, und heute suchen wir einen strategischen Investor, um unsere Wirkung zu skalieren und unsere Marke weiter auszubauen.

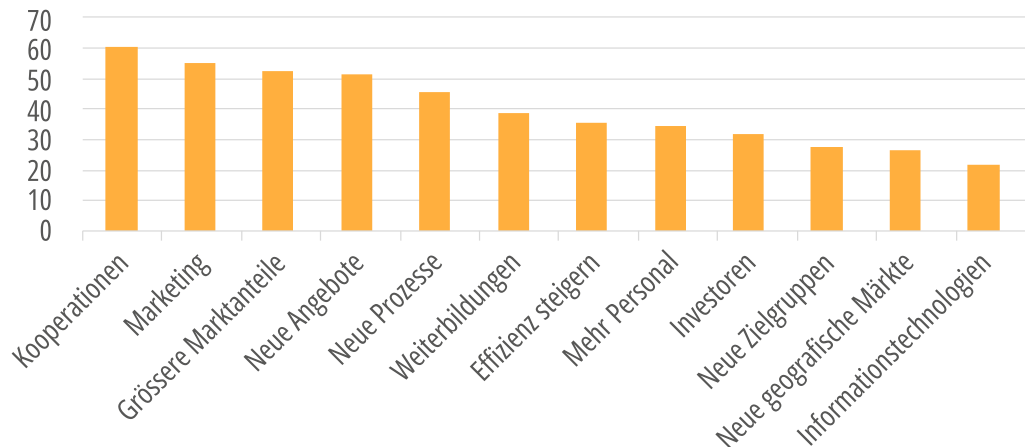
Skalierungsstrategien im Fokus: Kooperationen treiben das Wachstum von Social Enterprises voran

Möchte Ihr Unternehmen skalieren?



Knapp 90 % (92 von 105) der Social Enterprises möchten ihr Geschäft skalieren. Dafür verfolgen Social Enterprises im Durchschnitt 6 verschiedene Strategien: Zu den beliebtesten Massnahmen zur Skalierung gehören Kooperationen. Marketing und die Gewinnung grösserer Marktanteile sind ebenfalls zentrale Strategien, die viele Social Enterprises verfolgen, um ihre Position zu stärken. Zudem setzen zahlreiche Unternehmen auf neue Angebote und neue Prozesse, um ihre Effizienz und Produktivität zu steigern. Weiterbildung des Personals und die Steigerung der Effizienz sind weitere wichtige Faktoren, um die Wettbewerbsfähigkeit zu erhöhen.

Mit welchen Strategien versuchen Sie eine Skalierung zu erreichen? (N= 92)



Interessanterweise werden die Rekrutierung von mehr Personal sowie die Gewinnung von Investoren weniger oft genannt. Der Bedarf für allfällige externe Mittel ist auf Seite 15 beschrieben. Auch dort rangiert die Rekrutierung von neuem Personal vor der Erschliessung neuer geografischer Märkte. Interessant ist, dass die Social Enterprises anscheinend wenig auf Investoren zur Skalierung zurückgreifen. Möglich wäre, dass der Investment-Markt für Social-Enterprises noch kaum entwickelt ist oder aber, dass sich diese Investments für viele Social Enterprises nicht zur Skalierung eignen. Weniger häufig werden die Erschliessung neuer geografischer Märkte und die Nutzung von Informationstechnologien genannt.

Insgesamt zeigt sich, dass die meisten Social Enterprises bestrebt sind, durch Kooperationen und Marktstrategien zu wachsen.



Der Impact Hub Ticino und ihr Impact Club

Wie ist der Impact Club entstanden?

Die Vision für den Impact Club, ein Projekt des Impact Hub Ticino, entstand nach monatelanger sorgfältiger Beobachtung und Gesprächen mit unserer lokalen Gemeinschaft von Sozialunternehmern, Investoren und Philanthropen. Wir erkannten eine Lücke: Unternehmern fehlte es an Möglichkeiten, sich zu vernetzen, zu lernen und ihre wirkungsorientierten Projekte zu skalieren, während Investoren und Philanthropen auf der Suche nach neuen, innovativen Initiativen waren, die sie unterstützen konnten. Durch die Zusammenführung dieser beiden engagierten Gruppen wurde der Impact Club gegründet, um den wachsenden Bedarf an einem unterstützenden Ökosystem in der Region zu decken. Heute dient er als Plattform für den Austausch von Wissen, Ressourcen und Möglichkeiten. Der Impact Club hat das Potenzial des Tessins als Innovationszentrum erkannt und schlägt eine Brücke zwischen Unternehmern, Investoren und der breiteren Gemeinschaft, um nachhaltige, wirkungsvolle Projekte zu fördern.

„Wir sind überzeugt, dass wir durch die Unterstützung von wirkungsorientierten, lokalen Unternehmern einen positiven Beitrag zu einem nachhaltigeren Tessin leisten können.“

Carlotta Zarattini, Managing Director IHT / Impact Club

Wer sind die Investoren und woher kommen sie?

Im Impact Club bringen wir Unternehmer mit einem Netzwerk von Investoren und Philanthropen zusammen, die sich für Impact Investing, Venture Philanthropy und die Nutzung von Kapital als Katalysator für Veränderungen begeistern. Viele unserer Mitglieder sind lokale Unternehmer, die ihrer Region etwas zurückgeben wollen, indem sie innovative Unternehmen unterstützen, die nicht nur die lokale Wirtschaft stärken, sondern auch eine nachhaltige Entwicklung fördern. Diese Personen verfügen über fundierte Kenntnisse des regionalen Marktes und sind bestrebt, langfristige, positive Auswirkungen zu fördern.

Darüber hinaus tragen mehrere internationale Investoren und Philanthropen, die Lugano zu ihrer Heimat gemacht haben, aktiv zum lokalen Ökosystem bei. Über die finanzielle Unterstützung hinaus setzen diese Personen ihre umfangreichen Netzwerke ein und bieten strategische Beratung an, wodurch sich wertvolle Möglichkeiten für lokale Initiativen ergeben. Diese leistungsstarke Kombination aus lokalem Fachwissen und internationaler Perspektive bereichert die Investitionslandschaft und verbessert das Unterstützungssystem für Unternehmer, die sich um eine sinnvolle soziale und ökologische Wirkung bemühen.

In jüngster Zeit haben wir ein wachsendes Interesse des traditionellen Finanzsektors an Lugano festgestellt. Daraufhin haben wir den Corporate Club ins Leben gerufen, der Organisationen zusammenbringt, die das lokale Ökosystem strukturiert unterstützen wollen.



Eine Erfolgsgeschichte

Eine unserer Erfolgsgeschichten betrifft ein lokales Projekt, das sich darauf konzentriert, die Menschen wieder mit der Natur in Kontakt zu bringen. Ursprünglich begann das Team mit der Erforschung der biologischen Vielfalt und erweiterte sein Angebot nach und nach auf Naturkurse für Kinder. Im Rahmen ihrer Partnerschaft mit dem Impact Club beschlossen sie, ihre Bildungsinitiative weiter auszubauen und sicherten sich ein innovatives, wirkungsgebundenes Darlehen von 40.000 CHF vom Impact Club. Dieses Darlehen wurde durch Spenden ermöglicht, die Impact Club von 4 Mitgliedern erhielt, und wird zu einem Zinssatz von 0 % angeboten. Ein Teil des Darlehens wird in einen Zuschuss umgewandelt, sobald bestimmte Wirkungsziele erreicht sind, und der verbleibende Teil, der zurückgezahlt wird, wird in andere Projekte investiert, die demselben wirkungsorientierten Ansatz folgen.

Dank diesem Erfolg sind wir nun dabei, einen Prototypen für einen revolvierenden Fonds zu entwickeln, der philanthropisches Kapital einsetzt, um die Wirkung lokaler Unternehmen zu beschleunigen.

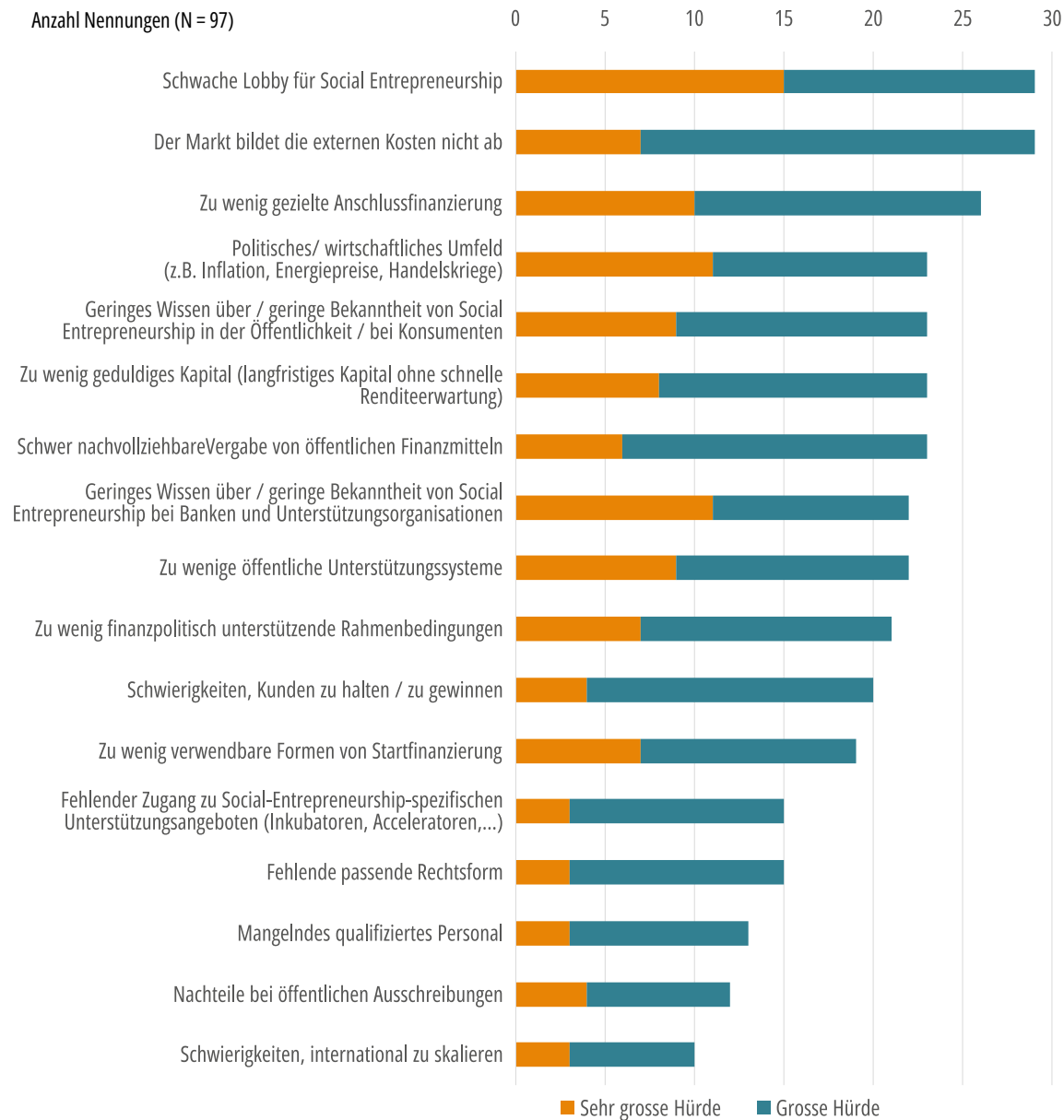


Fun Fact zum Tessiner Ökosystem für Social Entrepreneurship

Wussten Sie, dass das Tessin, das oft für seine schönen Landschaften bekannt ist, sich auch zu einem überraschenden Hotspot für soziales Unternehmertum entwickelt? Dank seiner Nähe zu Italien und der übrigen Schweiz ermöglicht die strategische Lage des Tessins Unternehmern einen einfachen Zugang zu verschiedenen Märkten und fördert die grenzüberschreitende Zusammenarbeit. Dieser einzigartige Vorteil hat viele wirkungsvolle Unternehmungen begünstigt. Darüber hinaus macht der ausgeprägte Gemeinschaftssinn der Region in Verbindung mit ihrer innovationsorientierten Denkweise die Region zu einem spannenden Inkubator für Sozialunternehmen, die sich auf die lokale Lösung globaler Herausforderungen konzentrieren.

Impact Hub Ticino ist eine lebendige Gemeinschaft von Unternehmern, Innovatoren und Changemakern, die sich der Förderung sozialer und ökologischer Auswirkungen widmen. Als Teil eines globalen Netzwerks von 110+ Impact Hubs sind wir mit Changemakern auf der ganzen Welt verbunden. In unserem Gemeinschaftsraum in Lugano pflegen wir eine blühende Gemeinschaft von über 150 Mitgliedern. Unsere Aufgabe ist es, diese Hubbers bei der Umsetzung ihrer Ideen in nachhaltige Unternehmungen zu unterstützen, indem wir ihnen massgeschneiderte Mentoren, inspirierende Veranstaltungen und Zugang zu Kapital bieten und sie so in die Lage versetzen, einen dauerhaften, positiven Wandel zu bewirken.

Wie der Mangel an Lobby und Kapital den Erfolg bremst



Obwohl der Social Entrepreneurship Sektor weiterhin wächst, tauchen Stolpersteine auf dem Weg zum Erfolg auf. An erster Stelle steht wie in den Vorjahren die fehlende Lobby, was verdeutlicht, dass es diesen Unternehmen weiterhin schwerfällt, politisches Gehör und Unterstützung zu finden.

Ein weiteres grosses Hindernis ist, dass der Markt externe Kosten nicht abbildet, wodurch soziale und ökologische Ziele finanziell benachteiligt werden. Auch die Anschlussfinanzierung (Platz 3) und der Zugang zu geduldigem Kapital (Platz 5) stellen erhebliche Herausforderungen dar, die das Wachstum und die Skalierung der Unternehmen betreffen. Die fehlende Rechtsform rangiert hingegen vergleichsweise weit unten und scheint weniger dringlich zu sein.

Insgesamt zeigt die Grafik, dass der Zugang zu Kapital und der politische Rückhalt die grössten Herausforderungen bleiben.



Quadrat: Ein Potpourri aus Architekturbüro, Reparaturwerkstatt und Möbelladen

Als einzigartiges Potpourri aus Architekturbüro, Reparaturwerkstatt und Möbelladen für Designklassiker aus zweiter Hand setzt sich die Quadrat AG schon seit 30 Jahren für Nachhaltigkeit und Langlebigkeit ein. Fasziniert von der Idee des Kreislaufgedankens organisieren sie seit 2 Jahren die Veranstaltungsreihe C2C-Impulse. Mit den kuratierten Vorträgen und Podien zur Kreislaufwirtschaft wollen sie die Begeisterung in der Region Bern teilen, Wissen ermöglichen und möglichst Viele damit inspirieren.

Um die Baubranche zu transformieren, müssen die Kunden mitspielen. Welchen Einfluss hat dies auf euer Wirken?

Wir wollen uns selber mit einem grossen Projekt in Ostermundigen diesem Realitätstest stellen. Ein möglichst konsequent nach den Prinzipien von C2C gebautes Holzhochhaus, das nicht nur bauliche und ökologische, sondern auch soziale Innovationen anstrebt. Das sogenannte Werkstadthaus soll auf eine Lebensdauer von über 100 Jahren ausgelegt sein. «Aber wer weiss heute schon, wie die Menschen dannzumal wohnen werden?» Bedeutet: Das Haus muss so gebaut werden, dass maximale Flexibilität bei der Nutzung möglich ist. Ein vertikales Dorf, das sich mit den Menschen, die in ihm leben, verändert und weiterentwickelt. Wir freuen uns.



Was war die Inspiration hinter der Gründung von Quadrat und wie hat sich euer Unternehmen seitdem entwickelt?

Die Langlebigkeit stand als Vision schon seit Beginn. Angefangen hat alles in Berns Quartier der Länggasse als Möbelladen für hochwertige Möbelstücke aus zweiter Hand und Sanierungsprojekten mit dem Gedanken der Wiederverwendung. Heute erzählt das Konzept Cradle to Cradle, übersetzt von der Wiege zur Wiege, vom kontinuierlichen Stoffkreislauf und positiven Materialien. In allen Projekten vom Laden bis zur Architektur treibt uns dieser Gedanke an.

Welche Wirkung habt ihr bisher auf die Bauwirtschaft gehabt?

Im Grunde ist C2C eine griffige Formel für das, was Quadrat seit jeher macht. Wiederverwenden, mit Monomaterialien bauen und das richtige Material am richtigen Ort einsetzen. Wir tauschen uns gerne aus, lernen täglich dazu und handeln aus Überzeugung für Natur, Mensch und Mitwelt. Mit unseren monatlichen Veranstaltungen, den C2C-Impulsen, wollen wir, dass mehr Wissen zur Kreislaufwirtschaft in der lokalen Baubranche Fuss fasst und ein Netzwerk entsteht. Wir haben Lust auf Zukunft und im Baugewerbe steht ein grosser Wandel an.



Ucliva: Echt gelebte Nachhaltigkeit

Was war die Vision hinter der Gründung von Ucliva und wie hat sich das Projekt verändert?

Ziel der Genossenschaft Ucliva war von jeher ein Tourismus ohne Ausverkauf der Heimat, mit warmen Betten, ganzjährigen Arbeitsplätzen und regionaler Wertschöpfung für Handel und Gewerbe. Im mit Holz und Sonne geheizten Hotel sollen den Gästen erholsame Ferien in intakter Natur mit Kontakt zur Bevölkerung und der romanischen Kultur geboten werden. Im Kern ist das Projekt so aktuell wie damals und erfüllt die Nachhaltigkeitsziele vollumfänglich. Nur arbeiten heute neben Einheimischen auch Zugezogene aus diversen Nationen im Hotel. Sie alle eint ein grosses Engagement für echte, herzliche Gastfreundschaft.



Das 3-Sternhotel Ucliva in Waltensburg/GR steht seit 40 Jahren für sanften Tourismus. Trägerschaft ist die Corporaziun Ucliva mit über 800 Genossenschafter:innen. Geschäftsführerin Ursula Wilhelm setzt voll auf ökologisches, regionales und soziales Wirtschaften und hat mit ihrem Team die Nachhaltigkeitslabel «Swisstainable leading» und «Ibex fairstay gold» erreicht. Authentische Küche mit lokalen und biologischen Produkten gehören genauso zum Ucliva-Konzept wie Kunst- und Kulturanlässe aus der Region.

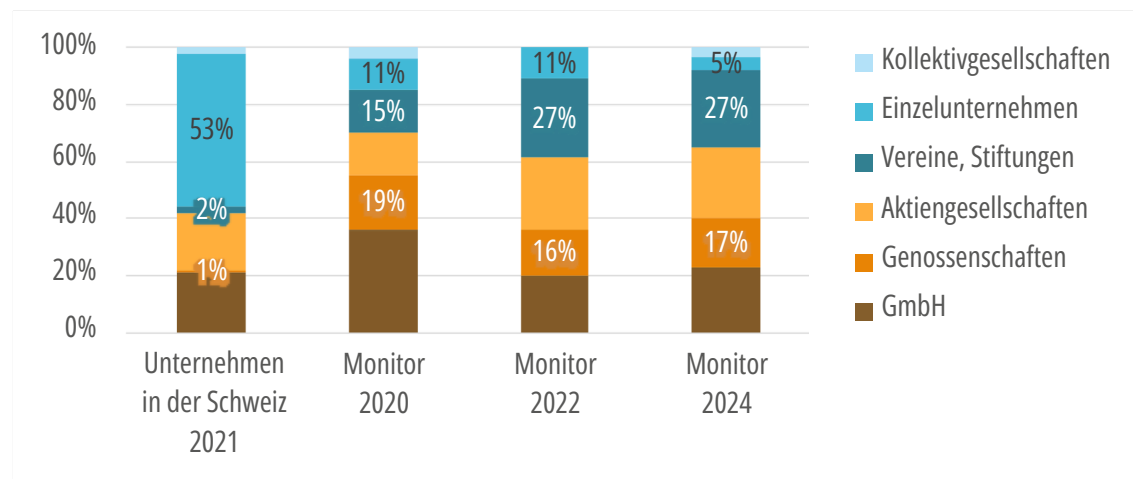
Ucliva ist als Genossenschaft organisiert. Welche Vor- und Nachteile bietet diese Rechtsform insbesondere auch für die Finanzierung?

Vorteile des Hotel Ucliva als Genossenschaft sind sicher die treuen Stammgäste und das Engagement von Mitgliedern, welche sich bei Finanzproblemen in der Vergangenheit für ihr Hotel als grosszügig erwiesen. Auch kommen an den Generalversammlungen konstruktive Vorschläge für den Hotelbetrieb. Eine Herausforderung ist die Verjüngung der Genossenschaft, denn die Gründungsmitglieder kommen in die Jahre und reisen nicht mehr alle in die Berge. Die Genossenschaft Ucliva schätzt sich glücklich eine sehr engagierte, tüchtige Geschäftsführerin zu haben. Sie ist das A und O des erfolgreichen Betriebes.

Im Bereich nachhaltiger Tourismus hat sich in den letzten Jahren viel getan. Wird der Tourismus wirkungsorientiert?

Vor der Eröffnung des Hotel Ucliva Ende 1983 musste das Team noch für ein Frühstücksbuffet mit unverpackten, einheimischen Produkten kämpfen. Und die thermische Solaranlage fürs Warmwasser war 1986 eine Pressemeldung wert. Sicher hat es im Tourismus inzwischen Fortschritte gegeben und viele Betriebe werben mit dem Begriff Nachhaltigkeit. Wenn die Forderungen des Labels Ibex Fairstay gold erfüllt sind, kann sich der Gast darauf verlassen, dass positive Wirkung erzielt wird. Fairer Umgang mit Personal und regionalen Lieferanten gehören genauso dazu wie Vermeiden von Food Waste und Rücksicht auf spezielle Wünsche der Gäste.

Die Vielfalt der Rechtsformen von Social Enterprises



In der allgemeinen Schweizer Unternehmenslandschaft dominieren Einzelunternehmen mit 53%, während Vereine und Stiftungen sowie Genossenschaften nur 3% aller marktwirtschaftlichen Unternehmen in der Schweiz ausmachen.

Im Gegensatz dazu zeigt sich im Social Entrepreneurship Sektor eine deutlich andere Verteilung der Rechtsformen.

In den Monitoren 2020 bis 2024 sind stets Vereine und Stiftungen eine relativ häufige Rechtsform. Ihr Anteil beträgt zwischen 19% im Jahr 2020 und 27% im Jahr 2024. Aufgrund der Anforderung, dass wirtschaftliche Aktivitäten einem ideellem Zweck dienen müssen, ist diese Rechtsform besonders im Social Entrepreneurship Sektor von Bedeutung. Genossenschaften sind ebenfalls stark vertreten und stabil bei etwa 17%. Genossenschaften eignen sich besonders aufgrund der vorgeschriebenen Mitwirkung der Genossenschafter:innen für das Social Entrepreneurship. Während Vereine, Stiftungen und Genossenschaften gesamtschweizerisch also nur 3% der Unternehmen ausmachen, sind es im Social Entrepreneurship zwischen 34% und 44%. Untervertreten sind dafür die Anzahl an Einzelunternehmen. Dies ist aber vermutlich auch Ausdruck des Samples. Einzelunternehmen sind schwerer für eine Teilnahme an der Umfrage zu erreichen. In etwa dem Schweizer Durchschnitt entspricht der Anteil an GmbHs und Aktiengesellschaften.

Insgesamt sind im Social Entrepreneurship Sektor ideell geprägte oder genossenschaftliche Rechtsformen überdurchschnittlich häufig. GmbHs und Aktiengesellschaften sind aber ebenfalls vertreten. Dies spiegelt die Vielfalt der Organisationsmodelle wider, die für die unterschiedlichen Prägungen von Social Enterprises geeignet sind.



neonomia: Für eine soziale, solidarische und nachhaltige Wirtschaft

Was war die Vision bei der Gründung?

Das Ziel der 2016 gegründeten neonomia war es, eine Lösung anzubieten, die die Entfaltung unternehmerischer Aktivitäten im Rahmen der Sozial- und Solidarwirtschaft ermöglicht. Die Gründungsmitglieder erkannten das enorme Innovations- und Agilitätspotenzial des Unternehmertums, um innovative und massgeschneiderte Dienstleistungen anzubieten, die auf die Herausforderungen des laufenden ökologischen und sozialen Wandels reagieren. Ihr Ziel war es, dass Projektträger nicht durch administrative Hürden behindert werden, sondern sich auf ein Kollektiv stützen können. Ihre Antwort war die Einführung von abhängigem Unternehmertum und die Schaffung einer Ethik-Charta in einem kollektiven Gemeinschaftsunternehmen.

Wie könnte eine Investition neonomia helfen, seine Wirkung zu verstärken?

Eine Investition würde eine Skalierung ermöglichen. Die Verbreitung dieser innovativen Arbeitsform in der Schweiz wäre endlich möglich, um eine kritische Masse zu erreichen, die die Gesellschaft voranbringt, indem sie die Arbeitswelt und unser Verhältnis zu ihr verändert.



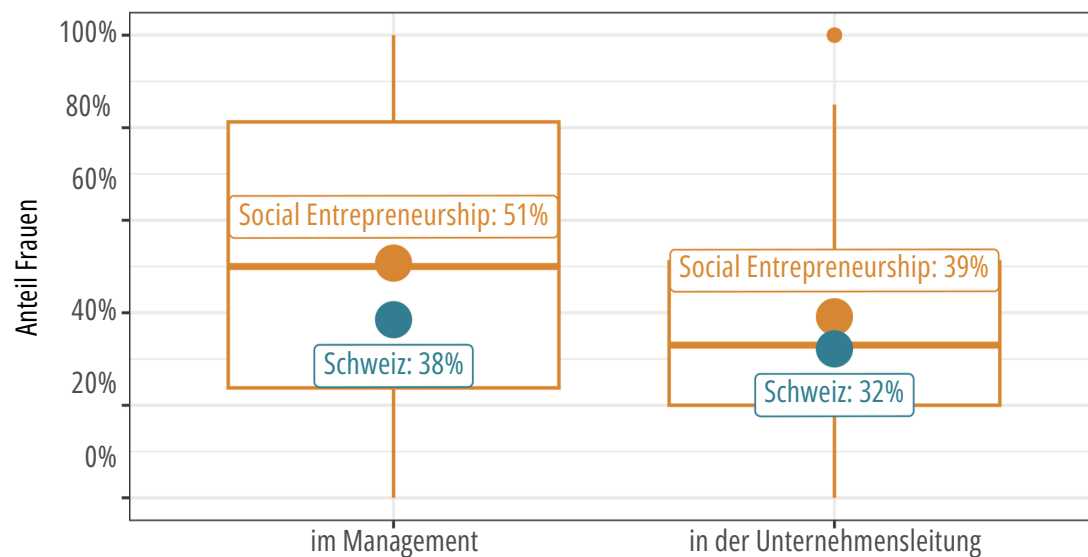
neonomia ist eine **branchen-übergreifende, nicht gewinnorientierte Genossenschaft**. Sie folgt den Werten der **sozialen, solidarischen und nachhaltigen Wirtschaft**. Ihre Besonderheit besteht darin, dass sie aus **abhängig beschäftigten, unternehmerischen Genossenschaftler:innen** besteht, die **allein oder zu mehreren unternehmerische Aktivitäten mit einem Arbeitnehmerstatus durchführen**. Sie beruht auf **Zusammenarbeit, der gemeinsamen Nutzung von Human- und Verwaltungsressourcen und der Entwicklung von gegenseitigen Leistungen zwischen den Genossenschaftler:innen**.

Im Einzelnen würde eine Investition die Stärkung, die Professionalisierung, die Ausbildung und die Entwicklung von Instrumenten bringen. Die Eröffnung von Unterstützungsfonds würde den Kompetenzaufbau der Menschen und ihre Beschäftigungsfähigkeit stärken.

Sehen Sie Möglichkeiten, in soziale Unternehmen zu investieren?

Soziale Unternehmen sind die Wiege von Innovationen, die für die Bewältigung des ökologischen und sozialen Übergangs wünschenswert sind und die den notwendigen Respekt für den Einzelnen, die Gesellschaft und die Biosphäre ermöglichen, der in den Zielen der Vereinten Nationen für nachhaltige Entwicklung 2030 gefordert wird. Eine Investition in die Zukunft bedeutet daher, die Menschheit und ihre Umwelt zu schützen. Gibt es einen besseren Mehrwert als das? Angesichts des immensen Bedarfs sind die meisten dieser Aktivitäten zweifellos wirtschaftlich tragfähig, auch wenn sie nur begrenzt lukrativ sind. Letzteres führt im Übrigen dazu, dass Sinnhaftigkeit und mehr Stabilität und Widerstandsfähigkeit bevorzugt werden, was eine Chance für langfristige Investitionen darstellt.

Frauen sitzen bei Social Enterprises in der Chefetage



Wie in den letzten Monitoren (2020 und 2022) sind auch bei der Umfrage im Jahr 2024 Frauen in Führungspositionen von Social Enterprises hoch vertreten. Im Vergleich zum Rest der Schweiz ist der Frauenanteil bei wirkungsorientierten Unternehmen deutlich näher an der Gesellschaft. Dies zeigt, wie fortgeschritten die Gleichstellung im Bereich von Social Entrepreneurship ist.

Woher kommt das? Die Gründe für den ausgeglichenen Geschlechterwert bei Social Enterprises können vielfältig sein. Einerseits sind Social Enterprises sehr wertverbunden, sprich Diversität, Inklusion und Gleichstellung werden gross geschrieben. Des Weiteren neigen sie dazu, flexiblere Organisationskulturen zu pflegen, was vielen Frauen die Vereinbarkeit von Beruf und Familie ermöglicht. Für diese Auswertung wurden die Gründe nicht erfragt.

Die BFH Wirtschaft und der Future Urban Society Innovation Booster

Warum fördert die BFH Soziales Unternehmertum?

Nachhaltiges Wirtschaften und unternehmerisches Denken und Handeln sind zwei der Grundpfeiler der BFH-Wirtschaft, die sie als wichtige Bestandteile für die Transformation unserer Gesellschaft und Wirtschaft in Richtung mehr Nachhaltigkeit versteht. Soziales Unternehmertum repräsentiert dabei die Schnittmenge aus diesen beiden Bereichen. Das Wissen dazu wird an der BFH über wissenschaftliche Drittmittelprojekte generiert, das dann in die Ausbildung der Studierenden einfließt, sowie in der Zusammenarbeit mit Praxispartnern genutzt und erweitert wird. In einem aktuellen Projekt, finanziert durch die Innovationsagentur Innosuisse, erarbeiten wir in Zusammenarbeit mit den Organisationen meso, Dezentrum, scaling4good, STRIDE und Stiftung Risiko-Dialog das Förderprogramm Future Urban Society Innovation Booster (kurz FUS Innovation Booster) für ökosoziale Innovationen, also Innovationen die sowohl gesellschaftlich wie auch ökologisch erwünscht sind und oft durch soziale Unternehmen umgesetzt werden.



Nicola Blum, Professorin BFH

“Wir glauben, dass es schon vielversprechende ökosoziale Ideen gibt für ein gutes Leben in den Schweizer Städten, nun wollen wir helfen diese Ideen in den Mainstream zu bringen.”

Was ist der Future Urban Society Innovation Booster?

Auf dem Weg in eine nachhaltige Schweiz hilft das neue nationale Programm FUS Innovation Booster aussichtsreichen ökosozialen Innovationen dabei, sich aus der Nische in den Mainstream zu bewegen. FUS sucht und fördert radikale Ideen im Bereich klimagerechtes Wohnen, Mobilität und Ernährung, um vielversprechende Ansätze weiterzuverbreiten oder in ihrer Wirkung zu stärken.

Was sind die Chancen / Herausforderungen dabei?

«Was alle angeht, können nur alle lösen», heisst es in Friedrich Dürrenmatts weltberühmter Komödie Die Physiker. Auf dieser Idee basiert der FUS Innovation Booster. Im Schulterschluss von Zivilgesellschaft, Forschung, Wirtschaft, Verwaltung und der Politik werden themen- und kontextübergreifend Ansätze entwickelt und miteinander verzahnt. Das Spektrum an möglichen Ansätzen reicht von neuen oder radikal weiterentwickelten Angeboten und Dienstleistungen über Organisationsformen, Geschäfts- und Wirkungsmodellen bis hin zu Kommunikations- und Interventionsstrategien im Rahmen von strategischen Experimenten. Als nationales Programm mit regionalem Charakter arbeitet der FUS Innovation Booster eng mit verschiedenen Städten und Gemeinden zusammen, momentan beispielsweise mit den Städten Zürich und Basel.

Wer kann da mitmachen? Und wie?

In diesem Jahr sucht der FUS Innovation Booster innovative Ideen rund um die beiden Challenges «Klimagerechtes Wohnen» und «Kreislauf der Dinge». Diese Ideen werden von Projektteams aus der Zivilgesellschaft oder der Wirtschaft zusammen mit einem Akademischen Partner eingereicht und von einer Jury auf ihre Durchführbarkeit und ihr Potenzial hin bewertet. Um Innovationen zu ermöglichen und zu beschleunigen, verbindet der FUS Innovation Booster Städte und Verwaltungen mit ökosozialen Innovator:innen sowie Stakeholdern aus der Privatwirtschaft und der Wissenschaft. Es werden pro Projektteam bis zu 25'000 CHF vergeben, die für Machbarkeits-, Nutzungs- oder Marktstudien verwendet werden können.

“Aus der Forschung zum Thema soziales Unternehmertum und sozial innovativen Ökosystemen wissen wir, dass die Skalierung von ökosozialen Ideen häufig nicht von alleine funktioniert.”



Pascal Dey, Professor BFH

Wo steht der FUS Innovation Booster zurzeit?

Beim Thema klimagerechtes Wohnen beispielsweise wurden an den bisher durchgeführten Challenge- Workshops die Gestaltung erschwinglichen Wohnens durch innovative, kollektive Besitz- und Eigentumsformen identifiziert. «The next big thing will be a lot of small things», sagt Thomas Lommée, Gründer von OpenStructures. Es braucht nach Ansicht der ökosozialen Innovator*innen sowie der Stakeholder aus Verwaltung, Privatwirtschaft und Wissenschaft neue Wohnkonzepte, Entwicklung anpassbarer Gebäude und Stadtviertel durch moderne Methoden mit sozialem und ökologischem Mehrwert sowie die Gestaltung des Wohnens als Beitrag zum klimagerechten Leben.

Für den Kreislauf der Dinge besteht laut den Teilnehmenden des zweiten Challenge Workshops eine grosse Chance darin, bestehende Angebote zu vernetzen und sichtbar zu machen. Dadurch können kostengünstige und einfache Möglichkeiten für das Weitergeben, Tauschen, Reparieren und Weiterverkaufen geschaffen werden.

Nachhaltiges Wirtschaften, Digitalisierung und unternehmerisches Denken und Handeln: Das sind die Grundpfeiler der BFH-Wirtschaft. Wir erarbeiten nachhaltige Lösungen für grosse gesellschaftliche Herausforderungen wie digitale Transformation, Ressourcenknappheit oder soziale Gerechtigkeit. Dafür orientieren wir uns an den Sustainable Development Goals der Vereinten Nationen und tragen als Business School mit nachhaltigem Impact für den notwendigen Wandel in Wirtschaft und Gesellschaft bei. Unsere Studierenden bilden wir zu Fach- und Führungskräften für das nachhaltige Business der Zukunft aus. Unser «sustainable mindset in action» steht für die menschliche Seite der digitalen Transformation und für eine nachhaltige und kreative Wirtschaft von morgen.



RRRevolve: Einsatz für Fair Fashion

RRREVOLVE ist Pionier in Sachen nachhaltiger Mode. Seit 2010 bieten wir ein umfassendes Sortiment an fair produzierter Kleidung und nachhaltigen Alternativen für Alltagsprodukte an. Neben unseren drei Läden in Zürich und Bern betreiben wir vor allem auch einen grossen Online-Shop. Unser Ziel ist es, durch gute Selektion und ein breites Produktangebot den konventionellen Händlern ebenbürtig zu sein und so mehr und mehr Kunden für nachhaltige und fair produzierte Produkte zu begeistern.

Wie habt ihr den Auf- und Ausbau von RRRevolve finanziert?

RRREVOLVE hat als Ein-Mann-Unternehmen im Homeoffice und einem Budget von rund 60'000 CHF gestartet. Die Hälfte davon kam von einem Mikrokredit über die Organisation Go!, die andere Hälfte aus dem Ersparten. Erst letztes Jahr haben wir zum ersten Mal Investorengelder über eine Crowdfunding-Kampagne gesammelt. Bis zu diesem Zeitpunkt haben wir uns aus dem eigenen Unternehmen heraus finanziert.



RRREVOLVE
Fair Fashion & Eco Design

Welche Inspiration und Motivation stand hinter der Gründung von RRRevolve?

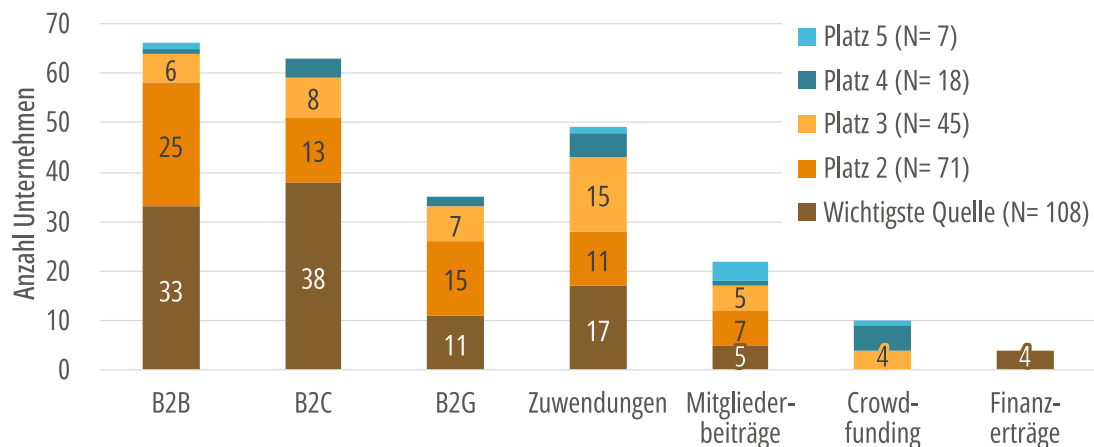
Der Firmengründung ging der persönliche Wunsch von Sebastian Lanz voraus, mit seiner Lebenszeit etwas Sinnvolles anzustellen und sich den sozialen und ökologischen Problemen anzunehmen. Dass dabei ein Handelsunternehmen herauskommt, war nicht von Anfang an klar, trägt aber der Tatsache Rechnung, dass wir mit der Anpassung unseres Konsums enorm viel bewirken können.

Welche Rolle spielt die Wirkungsorientierung, insbesondere für die Finanzierung?

Wir haben uns lange nicht um Finanzierung bemüht und haben daher nicht sehr viel Erfahrung damit. Beim letztjährigen Crowdfunding hat die Wirkungsorientierung aber sicher eine wichtige Rolle dabei gespielt, dass sich über 570 Kleininvestor:innen dafür entschieden, in unser Unternehmen zu investieren. Wir haben unsere weiteren Pläne, hin zu einer zirkulären Wirtschaft, in der Kampagne auch klar hervorgehoben und diese den wirtschaftlichen Zielen vorangestellt.

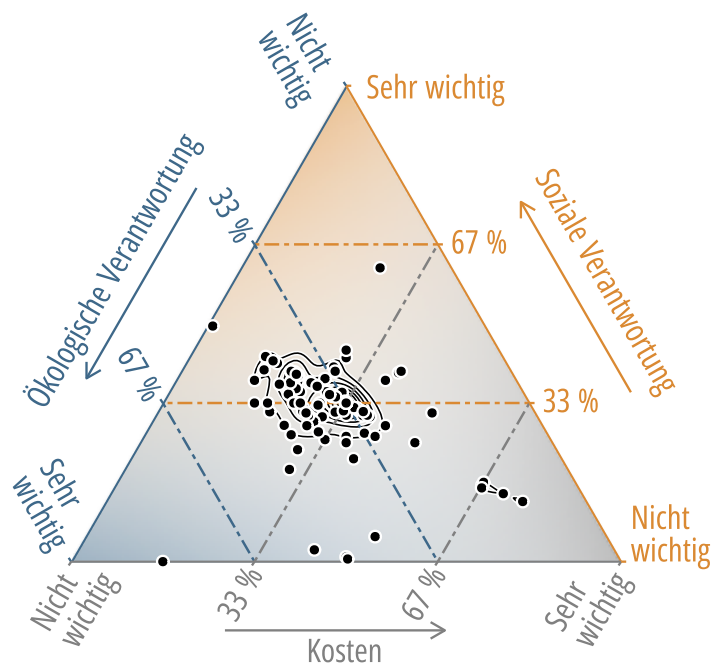
Social Enterprises sind nachhaltig in die Wirtschaft eingebunden

Die grössten Einnahmequellen:



Für mehr als die Hälfte der Social Enterprises ist der Handel mit Geschäftskunden (B2B) die wichtigste oder zweitwichtigste Einnahmequelle (58 von 108). Ähnlich sieht es beim Handel mit Privatkunden aus (B2C). Der Handel mit Regierungsstellen (B2G) rangiert hingegen etwas weniger prominent. Für einige Social Enterprises sind hingegen Zuwendungen (z.B. von Stiftungen, der öffentlichen Hand oder Privaten) eine wichtige Einnahmequelle. Mitgliederbeiträge und Crowdfunding scheinen von untergeordneter Bedeutung. Vier Unternehmen haben unter «Anderes» angegeben, dass Finanzerträge die wichtigste Einnahmequelle darstellen.

Prioritäten in der Beschaffung (N= 109)



Treten Social Enterprises hingegen selbst als Kunden auf, berücksichtigen sie im Durchschnitt sowohl die Kosten wie auch ökologische und soziale Verantwortung etwa gleich stark. Einige Social Enterprises gewichten aber die ökologische wie auch die soziale Verantwortung etwas stärker als die Kosten (Punkte in der linken Hälfte im Diagramm). Gleichzeitig gibt es Unternehmen, die grösseren Wert auf die Kosten legen, und solche, welche praktisch nur die ökologische und soziale Verantwortung berücksichtigen.

NEUE SICHT: Die Kreativagentur für Sinn und Gewinn

NEUE SICHT ist die Schweizer Kreativagentur für Sinn & Gewinn. NEUE SICHT ist neugierig und ideenreich. Sie denkt unkonventionell und geht neue Wege in der Kommunikation. Ganzheitlich begleitet sie den Prozess von der Problem- oder Situationsanalyse über die strategische Ausrichtung bis zur Umsetzung von Kommunikationsmassnahmen und ist so die perfekte Creative Business Partnerin. Angebots-Fokus ist die Konzeption und Umsetzung von Nachhaltigkeitskommunikation, Impact-Kampagnen sowie Social Media Content und Werbung. Mit ihrem Teamplayer-Mindset setzt NEUE SICHT auf Kooperation und absolute Transparenz im Austausch.

Was macht ihr anders als andere Agenturen?

Unsere Gesellschaft steht vor grossen Herausforderungen. Kommunikation und Kreativität können starke Treiber sein, um diesen Wandel zu fördern. Wir verleihen der Message von Unternehmen, Startups, Marken und Projekten den visuellen Impact, um die nötige Aufmerksamkeit und Verhaltensänderung zu erreichen. In den nächsten Jahren steht bei uns das Engagement für die 17 SDGs im Zentrum. Mit kreativen Lösungen wollen wir unsere Gesellschaft voranbringen, insbesondere in den Bereichen soziale Nachhaltigkeit, Diversität, Chancengleichheit und existenzsicherndes Einkommen. Im Gegensatz zu anderen Agenturen setzen wir also nicht den Profit, sondern den Impact auf unsere Gesellschaft und den Planeten an erster Stelle.

**NEUE
SICHT**
Kreativagentur
für Sinn & Gewinn



Wie kann Kommunikation Wirkung erzielen?

Wir entwickeln Kommunikationsinstrumente mit Impact. Für den Dachverband der Väter- und Männerorganisationen in der Schweiz haben wir ein Tool geschaffen, das präsenste Vaterschaft fördert. Für die Stiftung für krebskranke Kinder, Regio Basiliensis, konzipierten wir einen Motivationskalender, der leukämiekranken Kinder in der Therapie unterstützt. Wirkung verstärkt sich durch Bekanntheit und Dialog. Das erhöht die Möglichkeit eine Veränderung zu bewirken. Was schlussendlich ein Ziel vieler Social Entrepreneurs ist. Also gilt: Gutes tun und darüber reden!

Welche Rolle spielt dabei die Wirkungsmessung?

Die Wirkungsmessung ist meiner Meinung nach absolut essenziell. Der angestrebte Wandel oder der Impact unternehmerischer Aktivitäten sollte, wenn möglich, faktenbasiert aufgezeigt werden. Dabei kann auch eine Entwicklung, also eine Optimierung, als Erfolg gewertet werden, nicht nur die endgültige Zielerreichung. Es genügt zu zeigen, dass wir einem Ziel – wie zum Beispiel der gerechteren Verteilung der unbezahlten Betreuungsarbeit von Kindern in der Schweiz zwischen allen Elternteilen – näherkommen. Wenn der Anteil der Betreuungsstunden bei Vätern zunimmt, ist das bereits ein erfolgreicher Impact.



L'Alberoteca: Für eine biodiverse Landschaftsgestaltung

Was war die Inspiration und Motivation hinter der Gründung von Alberoteca?

Einmal haben wir Kindergartenkinder in einen unserer artenreichen Obstgärten mitgenommen, damit sie das Leben dieser Bäume kennenlernen und ihre Früchte probieren können. Nach ein paar Stunden rannte ein Kind über die Wiese und rief: „Das ist Leben!“ - da wurde uns klar, dass unsere Aufgabe nicht nur darin besteht, die biologische Vielfalt zu regenerieren, sondern auch die Verbindung der Menschen mit ihr. Seitdem haben wir eine umfassende Abteilung für Umwelterziehung entwickelt.

Gibt es Projekte, die ihr aufgrund fehlender Mittel nicht verwirklichen konntet? Was für eine Wirkung hätten diese gehabt?

Eines unserer Projekte, „Threads of Reconnection“, verbindet ethnoökologische Forschung und Umwelterziehung, um das ökokulturelle Erbe der Region wiederzugewinnen und zu integrieren und es an junge Generationen durch ein innovatives Programm weiterzugeben, das auf Erzählungen und praktischen Erfahrungen basiert. Es soll die ökologischen Sinne und Fähigkeiten wiederbeleben. Da es sich um ein multidisziplinäres Projekt handelt, bemühen wir uns noch um die Sicherung der Finanzierung.



L'Alberoteca wurde 2015 von der Ethnobotanikerin Muriel Hendrichs gegründet. Ursprünglich ein Beratungsunternehmen für die Wiederherstellung bedrohter Arten in der italienischsprachigen Schweiz, entwickelte es sich zu einem multidisziplinären Team, das eine biodiverse Landschaftsgestaltung und einen Umweltbildungssektor in Zusammenarbeit mit lokalen Partnern und Verbänden konsolidiert.



Wie nimmt L'Alberoteca die Wirkung ihrer Naturerlebnisse wahr, schätzt sie ein oder misst sie ihrer Naturerlebnisse?

Im Bereich der Umwelterziehung erfassen wir die Kundenzufriedenheit durch Fragebögen und qualitative Erkenntnisse durch halbstrukturierte Interviews. Dieser Ansatz ermöglicht es uns, zu bewerten und zu verstehen, wie unsere Projekte das Gefühl der Verbundenheit und des Respekts der Teilnehmer für ihre lokale Umwelt beeinflussen. Empirisch gesehen ist eine unserer wichtigsten Messgrößen das Gefühl des Staunens, das sich im Leuchten der Augen der Teilnehmer am Ende unserer Aktivitäten widerspiegelt, indem wir die „WOW!“-Momente des Tages erfassen.

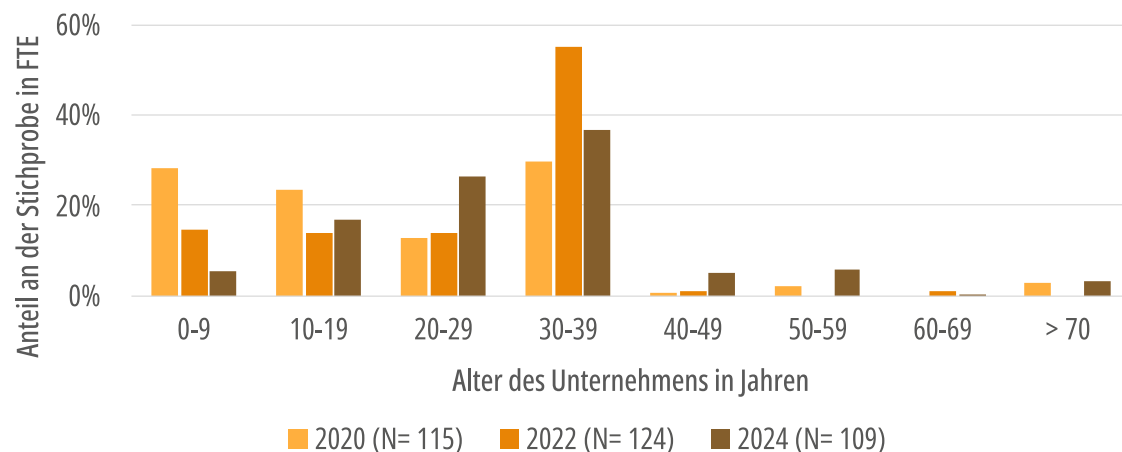
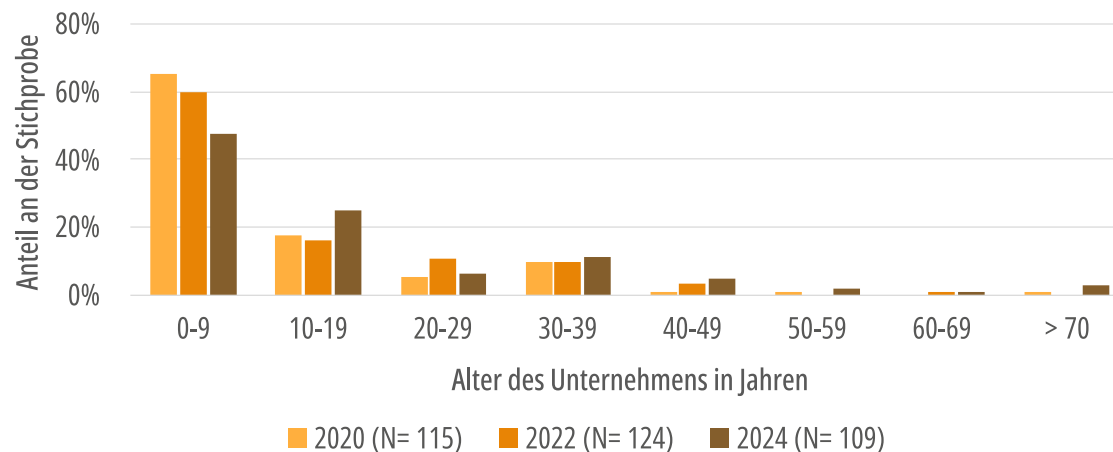
L'Alberoteca ist sehr stark mit seinem Heimatboden verbunden. Ist L'Alberoteca skalierbar?

Unser Ansatz integriert die lokale biologische Vielfalt und die Gemeinden und fördert die gemeinsame Verantwortung für den Boden. Das Modell der Synergie von Forschung, Landschaftsgestaltung und Bildung, das sich aus den einzigartigen Merkmalen und Interessengruppen jeder Region speist, ist sowohl replizierbar als auch unerlässlich.

Vom Startup zur etablierten Kraft: Der Social Entrepreneurship Sektor reift

Die Entwicklung der Unternehmen, die am Monitor teilnehmen, zeigt einen klaren Wandel. Während 2020 noch über 60 % der teilnehmenden Unternehmen jünger als 10 Jahre waren, liegt dieser Anteil im Jahr 2024 unter 50 %. Dies deutet darauf hin, dass zunehmend ältere, etablierte Unternehmen im Social Entrepreneurship-Sektor vertreten sind, was auf eine Reifung des Sektors hinweist.

Ein besonders interessanter Aspekt zeigt sich bei den Vollzeitäquivalenten (FTE). Unternehmen, die 30 bis 39 Jahre alt sind, stellen mit knapp 40 % die grösste Gruppe der FTE. Dies zeigt, dass diese mittelalten Unternehmen einen grossen Teil der Arbeitskraft im Sektor ausmachen. Im Vergleich zu 2022 ist die Verteilung der FTE jedoch ausgewogener geworden, da auch ältere Unternehmen (über 40 Jahre) stärker im Monitor vertreten sind.



Diese Entwicklung verdeutlicht, dass der Monitor Social Entrepreneurship nicht von jungen Unternehmen dominiert wird. Ältere, etablierte Firmen spielen eine zunehmend wichtige Rolle. Die stärkere Präsenz älterer Unternehmen bringt mehr Erfahrung und Ressourcen in diesen Monitor ein.



Stiftung Züriwerk: Für Integration, Partizipation und Selbstbestimmung

Die Stiftung Züriwerk engagiert sich innovativ für die soziale und wirtschaftliche Teilhabe von Menschen mit kognitiver Beeinträchtigung im Kanton. Züriwerk stellt ihnen vielfältige Arbeits-, Ausbildungs-, Tages- und Wohnplätze zur Verfügung. Sie bietet für Dritte Dienstleistungen an, fertigt Produkte und schafft Kulturangebote. Kooperativ und verlässlich steht sie für Integration, Partizipation und Selbstbestimmung.

Welche Mission verfolgt Züriwerk und wie hat sich das Unternehmen seit seiner Gründung weiterentwickelt?

Wir setzen uns dafür ein, dass Menschen mit Beeinträchtigungen gleichberechtigt und selbstbestimmt am gesellschaftlichen Leben mitwirken und teilhaben können. Wir bieten Menschen mit vorwiegend kognitiver Beeinträchtigung vielfältige und individualisierte Möglichkeiten, zu wohnen, zu arbeiten und einen Beruf zu erlernen. Dazu erhalten sie spezifische Beratung, Begleitung und Assistenz in allen Lebensbereichen.



zürwerk 
mitwirken. teilhaben.



Zum Teil seid ihr mittels Leistungsauftrag finanziert, ihr seid aber auch ein Social Enterprise. Wo seht ihr hier die Chancen aber auch die Herausforderungen vom Unternehmertum?

Die Chancen sehen wir in einer verringerten Abhängigkeit von staatlichen und kantonalen Leistungen, weshalb wir dies mit hoher Priorität verfolgen. Gleichzeitig erachten wir das wirtschaftliche Potential in der Positionierung als einen Brand, der starke Dienstleistungen für B2B oder Enduser erbringt, als erheblich und als eine wichtige Investition in die Marke "Züriwerk". Die Herausforderungen wiederum liegen genau in der starken Regulierung der Leistungen und damit auch in unserer unternehmerischen Freiheit auf dem Weg zum sozialen Unternehmertum.

Welche Strategien verfolgt Züriwerk um den Ausbau von Züriwerk zu finanzieren?

Wir setzen konsequent auf Produkte und Dienstleistungen, die sich selbst tragen und bei denen wir die externen Erträge steigern können. Dazu arbeiten wir eng mit Partnerunternehmen zusammen. Zudem bauen wir unser Fundraising strategisch so aus, um innovative Projekte zu fördern und weiterzuentwickeln. Hierbei setzen wir auf gezieltes Networking mit Hilfe unseres Förderkomitees.



Après Genève feiert 20 Jahre Jubiläum

20 Jahre APRÈS-Ge, da ist sicherlich viel passiert. Was war ein Schlüsselmoment für euch?

Die letzten 20 Jahre waren von einschneidenden Ereignissen auf globaler Ebene geprägt, insbesondere von der Covid-Krise. Diese Umstände haben die Anfälligkeit einer globalisierten und finanzierten Wirtschaft und die katastrophalen Folgen, die diese für die Bevölkerung, insbesondere für die schwächsten Gruppen, haben kann, offengelegt. Diese Erkenntnis war 2020 der Anlass für die Veröffentlichung des APRÈS-Manifests mit dem Titel „Für einen ökologischen und solidarischen New Deal“, das die Notwendigkeit eines Paradigmenwechsels unterstrich und Lösungen für eine Kehrtwende hin zu einer nachhaltigen, sozialen und solidarischen Wirtschaft vorschlug. Dieser Fahrplan hat der Gemeinschaft eine neue Dynamik verliehen und die Ambitionen von APRÈS-Ge bei der Umsetzung dieses Übergangs wachsen lassen.

Was haben die letzten 20 Jahre gezeigt, was sind die wichtigsten Massnahmen zur Förderung der Sozial- und Solidarwirtschaft in der Schweiz?

Da die Sozial- und Solidarwirtschaft eine „translokale“ Vision der Wirtschaft propagiert, benötigt sie eine breite Anerkennung durch die öffentliche Hand und einen harmonisierten Rahmen, der dieses Wirtschaftsmodell auf allen Ebenen unterstützt, um eine möglichst breite Wirkung zu gewährleisten und sich gleichzeitig auf lokaler Ebene zu entfalten. Dies kann nicht nur durch die Verbreitung von SSÖ-Kriterien zwischen den Behörden bei der Vergabe öffentlicher Aufträge und durch Massnahmen zur Förderung eines nachhaltigen und lokalen Konsums geschehen, sondern auch durch eine Vervielfachung der Finanzierungsmöglichkeiten, sowohl öffentlich als auch privat, die vorteilhafte Modalitäten für Projekte mit starken ökologischen und sozialen Werten bieten.



„Wir engagieren uns für einen gerechten und dauerhaften Weg zur sozialen und solidarischen Wirtschaft“



Wenn ihr zurückblickt, was hat sich rund um die Sozial- und Solidarwirtschaft zwischen 2004 und 2024 verändert?

In der Anfangszeit von APRÈS-Ge machte das Reden über die Sozial- und Solidarwirtschaft Sie zu einer träumerischen, idealistischen oder sogar utopischen Person. Im Laufe der Zeit hat die Umsetzung zahlreicher konkreter Projekte, die starke Werte tragen, die den Planeten und den Menschen in den Mittelpunkt stellen, gezeigt, dass eine andere Wirtschaft sehr wohl möglich ist. Die von den Akteurinnen und Akteuren der SSÖ geleistete Werbearbeit hat auch dazu beigetragen, dass diese Wirtschaftsform auf verschiedenen Ebenen Anklang findet, zuletzt auf internationaler Ebene mit den Resolutionen der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO) und der Generalversammlung der Vereinten Nationen zur Förderung der SSÖ. So finden die zentralen Werte der SSÖ - Kooperation, Mutualisierung und Maximierung des Gemeinwohls - heute immer mehr Anklang, was uns umso motivierter in die Zukunft blicken lässt.

Wo wird Ihrer Meinung nach APRÈS-Ge und allgemein das Thema Sozial- und Solidarwirtschaft in 20 Jahren stehen?

Von unserer Seite gibt es einen echten Willen, die Sozial- und Solidarökonomie zum Hauptstrom, zum Mainstream, zu machen. Kurz gesagt, eine Wirtschaft, die nach logischen Prinzipien funktioniert und eine Selbstverständlichkeit darstellt. Während wir 20 Jahre Engagement und Innovation feiern, sehen wir eine vielversprechende Zukunft für die SSÖ und sind mehr denn je vom Aufbau einer Wirtschaft beseelt, die im Dienste des guten Zusammenlebens, der sozialen Gerechtigkeit, unter Achtung der Rechte jeder und jedes Einzelnen und der planetarischen Grenzen steht.



APRÈS-Ge, das Netzwerk der Sozial- und Solidarwirtschaft (SSE), setzt sich für die Förderung und Anerkennung der SSE in der Region Genf ein. Unsere Mission: Wir wollen dazu beitragen, dass die Wirtschaft zu einem wichtigen Hebel für den Übergang zu einer Gesellschaft wird, die den Menschen und die Biosphäre respektiert. APRÈS-Ge wurde 2004 gegründet und zählt heute über 900 Mitglieder, darunter 450 Unternehmen und Organisationen, die in allen Tätigkeitsbereichen tätig sind, 6000 Personen beschäftigen und einen Jahresumsatz von CHF 600 Millionen erwirtschaften. Diese Vielzahl von Wirtschaftsakteuren setzt sich im Alltag konkret für den ökologischen und sozialen Wandel ein.

Als nationale Plattform repräsentiert und fördert der Verein SENS (Social Entrepreneurship Schweiz) die wirkungsorientierten Unternehmen. Gemeinsam mit ihnen schaffen wir Reichweite und Aufmerksamkeit, vernetzen branchenübergreifend und mit dem europäischen Umfeld.

**www.sens-suisse.ch
[@senssuisse](https://www.instagram.com/senssuisse)**





Danksagung

Wir bedanken uns herzlich bei allen Organisationen, die den Monitor Social Entrepreneurship Schweiz ermöglicht haben.



fairness
atwork



après
LE RÉSEAU DE L'ÉCONOMIE
SOCIALE ET SOLIDAIRE



Impressum

Befragung: Euclid

Auswertung: Beni Rohrbach (SENS)

Projektleitung und Text: Geschäftsstelle (SENS), Annabelle Wiebach & Beni Rohrbach

Übersetzung: APRES-GE

Layout: Geschäftsstelle (SENS), Annabelle Wiebach

Publikationsdatum: November 2024



SENSSuisse

Social Entrepreneurship

Herausgeber:

SENS (Social Entrepreneurship Schweiz)
Kalkbreitestrasse 10
8003 Zürich
info@sens-suisse.ch
www.sens-suisse.ch

