

Medienmitteilung vom 7.11.2024

Innovationstagung der OST feiert 20 Jahre mit mehr als 4500 BesucherInnen

Die gestrige Innovationstagung an der OST in Rapperswil-Jona widmete sich dem Thema «Social Business» und feierte gleichzeitig ein besonderes Jubiläum. Seit 20 Jahren kommen im Schnitt 100 bis 150 Teilnehmende aus Gesellschaft, Politik, Wirtschaft und Wissenschaft zusammen, um aktuelle Themen und Herausforderungen unserer Zeit zu diskutieren.

In diesem Jahr stand die Tagung unter dem Fokusthema «Social Business», also das unternehmerische Engagement für gesellschaftliche und ökologische Verbesserungen. Seit 2004 fand die Veranstaltung jedes Jahr mit Alex Simeon, heute Leiter des Rektoratsstabs der OST, als Moderator und Organisator statt. In Anerkennung dieses Engagements ehrte Peter Göldi, Geschäftsführer Regionalmanagement Obersee-Linth und langjähriger Sponsor der Veranstaltung, Simeon in einer Dankesrede für seine herausragende Leistung und seine unermüdliche Unterstützung der Innovationstagungen über zwei Jahrzehnte hinweg.

Die Evolution der Innovationstagung

Simeon nutzte die Gelegenheit für einen Rückblick. Und der fiel positiv aus: Das Interesse an den wechselnden Zukunftsthemen in den letzten 20 Jahren war konstant hoch: 100 bis 150 Teilnehmende besuchten im Schnitt die Innovationstagungen in Rapperswil-Jona, insgesamt mehr als 4500 Menschen. Die Veranstaltung griff oft brisante und zeitgemässe Themen auf, wie zum Beispiel die «Stromlücke» im Kontext der durch den Ukrainekrieg angestossenen Energiekrise in Europa. Der Rückblick auf vergangene Themen zeigte die gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Veränderungen auf, die die Innovationstagungen jeweils reflektiert haben.

Was ist eigentlich Social Business?

Nach dem Jubiläumseinstieg ging es an der Innovationstagung gewohnt fokussiert mit dem Hauptthema Social Business weiter. Beni Rohrbach, Leiter des Social Entrepreneurship Netzwerks Schweiz (SENS) startete sein Referat humorvoll reflektiert, eigentlich sollte er ja einen Einblick in Unternehmertum geben, das an gesellschaftlichen Verbesserungen arbeite, aber heute sei er «schon mit Kopfweg aufgestanden und dann ist der Trump auch noch Präsident geworden.» In der Folge gab Rohrbach einen Einblick, was Social Enterprises eigentlich sind. Unternehmen also, die zwar das Lösen gesellschaftlicher Probleme zum Ziel haben, aber gleichzeitig nachhaltig wirtschaften müssten. «Wenn Sie etwa Bauschutt rezyklieren oder sauberes Trinkwasser als Geschäftsmodell haben, müssen Sie gegenüber Bauherrschaften oder Gemeinden als Problemlöser auftreten können, deren Arbeit etwas wert ist», so Rohrbach. Er stellte

Beispiele wie „Gartengold“ vor, ein Unternehmen, das Saft aus ungenutzten Äpfeln von Hochstamm-bäumen herstellt, sowie „Kaleio“, eine Zeitschrift für Mädchen und Frauen. Rohrbach hob hervor, dass Social Enterprises ein hohes Wachstumspotenzial haben, aber auch vor finanziellen Herausforderungen stehen, da statistisch gesehen rund 90 Prozent aller Social Enterprises auf der Basis von Eigenkapital der Gründerinnen und Gründer oder Schulden gegründet werden. Das Ziel solcher Unternehmen sei es heute, Investorinnen und Investoren zu finden, die bereit für «Investieren für Wirkung» statt «Investieren mit Wirkung» seien, wobei der Fokus auf dem gesellschaftlichem Nutzen und weniger auf Gewinnmaximierung liegt.

Die wirtschaftliche Realität sozialer Institutionen: Einblicke der Stiftung Arwole

Nicola Vitali, Geschäftsführer der Stiftung Arwole, gewährte den Teilnehmern einen tiefen Einblick in die wirtschaftlichen Herausforderungen, mit denen soziale Institutionen konfrontiert sind. Die Stiftung bietet 145 Plätze für Menschen mit Beeinträchtigungen und wird durch Beiträge von Bund und Kanton sowie durch den Verkauf von Eigenprodukten und Dienstleistungen für Unternehmen finanziert. Vitali betonte, dass zwar kein Gewinn mit Eigenprodukten erzielt werde, aber dass die vielseitige Arbeit eine wichtige soziale Komponente darstellt. Die Produkte, die teilweise auch in Schweizer Kaufhäusern erhältlich sind, fördern das Engagement und die Identifikation der Mitarbeiter. Trotz der finanziellen Herausforderungen strebt die Stiftung eine nachhaltige Entwicklung und die Schaffung von Arbeitsplätzen an, die es den Mitarbeitern ermöglichen, stolz auf ihre Leistungen zu sein und der Stiftung gleichzeitig einen nachhaltige Entwicklung ermöglicht.

Crowd Container: Sammelbestellungen für regenerative Landwirtschaft

Benjamin Krähenmann von Crowd Container stellte seine Vision für ein nachhaltiges, auf fairen Prinzipien basierendes Geschäftsmodell vor. Das Unternehmen vertreibt Lebensmittel aus regenerativer Landwirtschaft und pflegt dabei enge Beziehungen zu den Produzenten, die für ihre Produkte faire und transparente Preise erhalten. Durch den Vertrieb abseits der grossen Supermärkte und den Aufbau einer loyalen Kundenbasis konnte Crowd Container bereits über 700 000 Bestellungen in der Schweiz abwickeln und dabei eine Bruttomarge von 30 Prozent erwirtschaften. Das Unternehmen strebt langfristiges Wachstum an, wobei die Gewinne in nachhaltige Projekte reinvestiert werden, um den Impact zu steigern und das langfristige Engagement sicherzustellen. Weil bei jedem Produkt transparent dargestellt werde, wie viel Geld an die Landwirte und Produzenten gehe («bis zu dreimal mehr als üblich») und wie viel für Transport, Beschaffung und Vertrieb benötigt werden, sei die Bereitschaft da, auch etwas höhere Preise als im klassischen Detailhandel zu bezahlen.

Ethius Invest: Ethische und nachhaltige Investments mit Mehrwert

Abschliessend präsentierte Julius van Sambeck von Ethius Invest, wie Finanzprodukte für ethisch-nachhaltiges Investieren genutzt werden können. Anhand konkreter

Fallstudien aus der Kupferproduktion und dem Energieversorgungsbereich zeigte er auf, wie sich ein Investitionsmodell mit Spendenelementen in den Markt integrieren lässt. So führe sein Unternehmen in einem Spendenmodell etwa 15 Prozent der Verwaltungsvergütung an eine Stiftung ab, die nachhaltige Projekte fördert. Van Sambeck betonte die Notwendigkeit, über traditionelle Finanzierungen hinauszudenken und nachhaltigen Projekten den Zugang zu Kapital zu erleichtern.

Fragerunde: Strategien zur Monetarisierung von gesellschaftlicher Wirkung

Die Innovationstagung schloss mit einer anregenden Fragerunde. Die Teilnehmer diskutierten unter anderem über Strategien zur Finanzierung von gesellschaftlicher Wirkung, die Anziehung von wirkungsorientierten Investoren und die Bedeutung von Crowdfunding und Spenden in Bereichen, in denen das Geschäftsmodell keine eigenständige nachhaltige Finanzierung ermöglicht. Der Austausch zeigte deutlich, wie hoch das Interesse an sozial motivierten Unternehmen ist.

Kontakte für Rückfragen:

Willi Meissner, Kommunikation, OST
+41 (0)58 257 49 82
willi.meissner@ost.ch