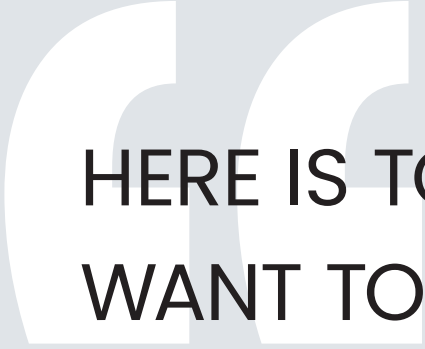


**IMPACT
HUB
VIENNA**
EDITION
2026

**WENN
AUS MUT
WIRKUNG
WÄCHST**



HERE IS TO THE PEOPLE WHO
WANT TO MAKE A DIFFERENCE, TO
THOSE WHO WORK FOR A BETTER
WORLD, TO THE ONES THAT HAVE
THE COURAGE TO DREAM, BELIEVE
AND ACT.

HERE IS TO YOU.

Herzlich Willkommen!

Im Herbst 2009 standen wir zum ersten Mal in jenen Räumen, die später zum Impact Hub werden sollten. Wir hatten eine klare Vision: einen Ort zu schaffen, an dem Menschen mit unternehmerischem Denken gesellschaftliche Herausforderungen angehen. Allerdings gab es noch viele Fragezeichen – und eine wortwörtlich große Baustelle vor uns.

Viel ist seither passiert. Aus der Idee wurde eine lebendige Plattform für Innovation, Zusammenarbeit und Wirkung. Täglich arbeiten heute Gründer:innen an ihren Geschäftsideen, Verantwortliche aus Unternehmen, Stiftungen und öffentlichen Institutionen entwickeln gemeinsam Lösungen zu Fragen unserer Zeit. Und das nicht nur in Wien. Über die Jahre entstand ein Netzwerk von Impact Hubs mit über 100 Standorten auf der ganzen Welt, mehr als 1.000 Start-ups wurden begleitet, rund 10.000 Arbeitsplätze geschaffen und unzählige Projekte, Partnerschaften und Innovationen angestoßen.

Stillstand gab es nie. Wir haben uns stetig weiterentwickelt, neue Themen aufgegriffen und neue Formate geschaffen. Über die Jahre haben wir unser Verständnis davon geschärft, was ein Impact Hub heute sein kann – und möchten uns nach Jahren starken Wachstums nun bewusst Zeit nehmen, uns vorzustellen: Woher wir kommen. Wie wir uns verändert haben. Welche Höhepunkte uns geprägt haben und welche Herausforderungen uns begegneten.

Doch: Wo anfangen? Wo aufhören?

Keine einfachen Fragen. Deshalb haben wir uns für einen besonderen Zugang entschieden: Gemeinsam mit dem Team von KOMBÜSE haben wir dieses Magazin konzipiert und uns von seinen erfahrenen Journalist:innen besuchen, begleiten und beobachten lassen. Entstanden sind Perspektiven, Einblicke und Gedanken, die unseren Weg auf neue Weise sichtbar machen. Besonders im Zentrum stand dabei immer die Wirkung der ersten 15 Jahre: Geschichten, Erfahrungen und Zahlen, die zeigen, was möglich ist, wenn Menschen sich begegnen und ins Tun kommen.

Viel Freude beim Lesen.

INHALT

Los geht's

Editorial	03
Gemeinsam Zukunft gestalten	06
„Wir wollen Menschen verbinden und Ideen groß machen“	08
Wie alles begann.....	16

Impact Hub & Friends

Die Keimzelle	19
Ganz die Oma!	24
Jenseits des Tunnelblicks	26
Erster Partner	28
Die Wiege des Erfolgs	30
„Hebel für mehr Wirkung“	32
Auf ein Wort. Wie die Partner den Impact Hub sehen.....	34
Begleiter mit Kopf und Herz	36
„Faire Modelle stoßen an harte Grenzen“	38

Die Labs

Schutzzone in der Spittelau: das Climate Lab.....	40
„Der Ausbau ist ein Signal"	46
Das Wesen auf dem OP-Tisch: das Future Health Lab.....	48
„Wir sind ein geschützter Kreativraum"	53
Wirkung mit Wow: das Education Lab.....	56
„Eine Denkfabrik ohne Tabus"	62

Es wirkt

15 Jahre Impact Hub in Zahlen.....	64
Die Magie der Messung	66
„Nachhaltigkeit ist auch hier von hoher Relevanz"	68
Nehmen Sie Platz!.....	70

GEMEINSAM ZUKUNFT GESTALTEN

Was in einem Hinterhof mitten in Wien mit der Initiative einer Handvoll Engagierter und der Unterstützung vieler helfender Hände begann, ist heute ein florierendes mittelständisches Unternehmen mit vier Standorten: Im „Geburtsort“ Impact Hub in der Lindengasse arbeiten Social Entrepreneurs an ihren Geschäftsmodellen, Unternehmen aus ganz Österreich widmen sich in vielen Programmen gemeinsam mit Partnern den brennenden Fragen unserer Zeit, bei Dutzenden Veranstaltungen im Jahr kommen Stakeholder:innen und Interessierte zusammen. Ein lebendiger Ort des gemeinsamen Wirkens.

Wie auch an den übrigen Standorten in der österreichischen Hauptstadt: Im Climate Lab unter dem Dach von Wien Energie wird an Lösungen für die Herausforderungen des Klimawandels und einer besseren Kreislaufwirtschaft gearbeitet. Das Future Health Lab im CAPE 10 ist das Innovationszentrum für die Gesundheitsversorgung der Zukunft, das Education Lab widmet sich gemeinsam mit der Stadt Wien innovativen Bildungsformaten. Immer und überall sektorübergreifend, kollaborativ, wirkungsorientiert. An den Herausforderungen unserer Zeit. Zum Wohle der Menschen.

Und weil das auch gefeiert werden muss, kommen einmal im Jahr aus aller Welt Hunderte Akteur:innen aus dem Ökosystem des Impact Hub zusammen, um sich zu vernetzen, auszutauschen und kraftvoll nach vorne zu denken: Die zweitägigen Impact Days sind ein Höhepunkt partnerschaftlichen Gestaltens einer gemeinwohlorientierten Zukunft. Im Zentrum der Stadt, im prachtvollen Festsaal (71 Meter lang, 20 Meter breit, 18,5 Meter hoch) des Wiener Rathauses (siehe Foto). Ein guter Ort, um mit vielen Menschen guten Willens Inspiration, Zusammenarbeit und Optimismus zu erleben.

Um mit Energie weiter den Wandel zu gestalten. Im Impact Hub. Im Climate Lab. Im Future Health Lab. Im Education Lab. Und an vielen anderen Orten.







WIR WOLLEN MENSCHEN VERBINDEN UND IDEEN GROß MACHEN

Sie stehen für gesellschaftliche Innovationen und Social Entrepreneurship, für sektorübergreifende Kollaborationen und Wirkungsfokus: Der Impact Hub und seine drei Labs sind bedeutende Knotenpunkte für Wien und das ganze Land geworden. Was macht die Gruppe gut 15 Jahre nach den ersten Schritten so erfolgreich? Ein Gespräch mit den Geschäftsführer:innen Hinnerk Hansen, Alexis Eremia und Jakob Detering über die Gründung, Wachstumsschmerzen und ihre Ideen für die Zukunft.

Hinnerk Hansen und Alexis Eremia, zwei der Gründer:innen, empfangen im Atelier, einem der vielen Eventräume im Impact Hub. An der Wand hängt ein rund drei mal ein Meter großes, reich illustriertes Plakat der Werkstatt „Wiener Demokratie-Strategie“. Jakob Detering, neben Hansen seit drei Jahren ebenfalls Geschäftsführer, hat noch Termine und stößt später dazu. Eine gute Gelegenheit also, erst einmal über die Gründungsphase zu reden.

Alexis und Hinnerk, was war eure Motivation, den Impact Hub 2010 zu gründen?

Hinnerk: Wir haben damals beobachtet, dass viele Menschen etwas in der Gesellschaft verändern wollten. Aber sie zögerten, ihre Ideen umzusetzen, weil es weder einen Ort noch eine Gemeinschaft und auch praktisch keine Unterstützung gab. Also wollten wir genau das umsetzen: Räume schaffen, Menschen einladen und ein Netzwerk bilden, um Gesellschaft zu transformieren. Ein echtes Zuhause für Sozialunternehmer:innen.

Wie wichtig ist ein guter Standort für den Erfolg?

Alexis: Wenn ich in der Gesellschaft etwas verändern will, braucht es einen Ort, an den ich gerne komme und mich wohlfühle. Wir haben uns von anderen Impact Hubs inspirieren lassen und waren froh, dann hier auf die Räume in der Lindengasse zu stoßen – auch weil wir viel selbst renovieren, es somit wirklich zu unserem Raum machen und uns ein wenig Miete sparen konnten.

Es war sicher nicht einfach, mit nur wenig Mitteln einen guten Ort zu schaffen.

Hinnerk: Die Maßgabe musste immer sein, den späteren Mitgliedern keinen Grund zu geben, nicht zu uns zu kommen. Und dazu waren die Voraussetzungen hier gegeben: zentrale Lage im 7. Bezirk, ruhiger Loft im Hinterhof, einfach ein guter Ort mit guter Energie. Wir haben dann neun Monate lang in Eigenregie gearbeitet: Da hat ein Reinhard den Community-Tisch abgeschliffen, ein Roman Bretter gesägt, Alexis lackiert, ich ihn zusammengebaut. Mindestens 50 Leute haben uns in dieser Phase aktiv geholfen, dafür sind wir bis heute dankbar. Ohne sie wäre es kaum möglich gewesen, diesen Umbau zu schaffen – und zugleich formierte sich so die Community, die dann das Herz des Impact Hub bildete.

Klingt nach Garagen-Start-up.

Hinnerk: Eher Baustellen-Start-up. Aber ja, viel Lärm, viel Staub, viel DIY – und das war auch gut so. Es hat sich dann auch niemand beschwert, dass man auf einfachen Klappstühlen saß. Bundespräsident Alexan-

der van der Bellen, damals noch Bundessprecher der Grünen, deren Parteispitze sich manchmal bei uns traf, hat keinen Anstoß daran genommen, dass die Akustik nicht perfekt war. Der Caritas-Vorstand kam vorbei, Nobelpreisträger und Social-Business-Ikone Muhammad Yunus eröffnete dann sogar den Raum mit uns. Niemanden hat das Material und das ganze Drumherum interessiert. Der Ort war einfach gut und die Stimmung authentisch. Und obwohl vieles neu und anders war, hat man uns irgendwie auch zugehört, das hier als Unternehmen vernünftig aufzubauen. Man dachte: Das sind interessante Leute aus der WU, die einen Abschluss mit guten Noten vorweisen können – die müssten das hier nicht tun. Tun sie aber, und gehen dabei sogar ins Risiko: Schließlich hatten wir einen Bankkredit über 150.000 Euro und müssen im Zweifelsfall selbst haften.

Wer gab euch den Kredit?

Alexis: Die Erste Bank. Dass es dazu kam, war teils Zufall, aber auch gutes Timing und ein wirklicher Gewinn. Die Bank war auf der Suche nach einem ersten Investment, um das Segment Social Banking kennenzulernen und aufzubauen – und wir auf der Suche nach einer Bank, die verstand, wie soziale Wirkung und finanzielle Rendite zusammenpassen. Das passte gut zusammen und kam zur genau richtigen Zeit.

Gab es am Anfang bereits eine Vorstellung von dem, was daraus werden konnte?

Hinnerk: Nein. In unseren Planungen gingen wir von ein oder zwei Mitarbeitenden und 200 Mitgliedern in der Community aus. Wie wir davon gelebt hätten, kann ich heute nicht mehr erklären. Aber damals dachten wir: Unsere einzigen Ressourcen waren die 400 Quadratmeter, die Öffnungszeiten und sehr viele Arbeitsplätze. Was es bedeutet, die Inhalte, die Community, die Unterstützung, die Expertise einzubringen und in Programme zu gießen, war überhaupt nicht abseh- oder auch nur denkbar.

Alexis: Das Wichtigste zu Beginn war, dass die Grundidee funktionierte. Ich erinnere mich allerdings daran, als ich einen der größeren Impact Hubs in San Francisco besucht hatte: zwei Stockwerke und Büros, in denen bereits etablierte Unternehmen arbeiteten und die sich die Räume leisten konnten. Da habe ich zum ersten Mal gedacht, dass das ein Ziel, eine Vision, das nächste Level für uns sein könnte. Dort sahen wir den Beweis dafür, dass der Sektor wachsen konnte. All die Impact-Investor:innen und -Unternehmen waren eine Inspiration dafür zu sagen: Ich hoffe, dass wir den Sektor ebenso entwickeln können wie hier. Und das haben wir geschafft.

2004 – Die Gründer:innen lernen sich bei AIESEC und an der WU Wien kennen.

2010 – Am 12.05. eröffnet der Impact Hub nach knapp neunmonatiger Bauzeit in der Lindengasse 56 im 7. Bezirk.

Jakob Detering betritt den Raum und setzt sich dazu.

Gab es in all den Jahren Krisen?

Alexis: Natürlich. Den Ort zu finden, war schwierig. Als das globale Impact Hub Netzwerk infolge zu schnellen Wachstums in der Krise und damit alles in Gefahr war. Und Hinnerk dann aus Wien dorthin wechselte. Auch als wir 2013 ein Cash-Flow-Thema hatten und das Team schon die Apokalypse kommen sah, war das eine riesige Herausforderung. Dazu dann noch ein Führungswechsel und schließlich kam die Coronapandemie.

Hinnerk: Corona war ein externer Faktor, an dem wir nichts ändern konnten. Aber es war hart: Wir konnten die Hälfte der Fläche nicht mehr nutzen, unsere Mitglieder hatten genauso zu kämpfen und zu sparen. Glücklicherweise hatte Österreich aber ein ordentliches Unterstützungsnetz. Letztlich hat Corona aber auch alle im Team so zusammengeschweißt, dass wir – wirklich antizyklisch – in der Phase in die Skalierung gehen konnten. Heute sind wir als Unternehmen dann etwa fünfmal so groß wie 2020.

In welcher Phase seid ihr heute?

Alexis: Ich würde es so beschreiben: Stell dir vor, du bist ein Teenager und misst 1,50 Meter – und plötzlich schießt du hoch auf 1,78 Meter. Da ist nicht alles perfekt. Man muss mental erst einmal in den neuen Körper hineinwachsen und sich wieder mit Fragen wie „Wer bin ich und wer will ich einmal sein?“ auseinandersetzen.

ALS EIN NETZWERK SEINEN MITTELPUNKT FAND

Was als Idee 2005 in London begonnen hatte, wurde binnen weniger Jahre zu einer weltweiten Bewegung: In immer mehr Städten weltweit entstanden Orte für Menschen, die mit unternehmerischen Mitteln gesellschaftliche Probleme lösen wollten. Der Erfolg brachte viele Fragen mit sich: Wie organisiert man ein Netzwerk, in dem jeder Standort auch eigenständig ist? Wie verhindert man, dass aus einer gemeinsamen Idee viele Einzelinteressen werden?

Im Jahr 2011 kam der Wendepunkt. Nach einer Phase von Spannungen und Herausforderungen entschied sich das damalige Netzwerk für einen Neustart. Die Gründer:innen der damals erst rund 20 Impact Hubs traten in eine neue Partnerschaft ein und übernahmen gemeinsam Verantwortung für die globale Entwicklung – keine zentrale Steuerung, sondern lokale Freiheit, eine gemeinsame Marke und geteilte Verantwortung. Das neue Leitbild: locally rooted, globally connected.

Eine Phase der Wachstumsschmerzen?

Jakob: Ja, hinter uns liegen einige Jahre massives Wachstum. Neue Standorte, neue Produkte, neue Marken – das erzeugt tolles Momentum und viel Gestaltungsraum. Aber natürlich entstehen durch Wachstum auch viele neue Fragen. Jetzt müssen wir vertiefen und konzentrieren. Und genau in dieser Phase sind wir nun in einem makroökonomischen Umfeld, das sicher herausfordernd ist: Österreich erlebt eine Wirtschaftsflaute, die länger als je zuvor in der Nachkriegsgeschichte ist. Nach den letztjährigen Wahlen in Bund und Wien erleben wir auf beiden Ebenen eine Austeritätspolitik, zudem haben wir einen im internationalen Vergleich sehr kleinen philanthropischen Sektor. Es ist derzeit für alle kein einfacher Markt.

Hinnerk: Wir müssen sicher sehr viel Spannung aushalten: Die externen Faktoren, unser eigener hoher Anspruch, die Dringlichkeit angesichts der gesellschaftlichen Herausforderungen, viele unterschiedliche Akteure mitnehmen – und bei all dem wirtschaftlich arbeiten.

Ihr seid heute 70 Mitarbeitende mit einem jährlichen mittleren Millionenumsatz. Wie würdet ihr das Erfolgsrezept des Impact Hub als Unternehmensgruppe beschreiben?

Jakob: Uns einen bei aller Unterschiedlichkeit der Standorte die sehr etablierten Praktiken und Zugänge. Wir sind Space-getrieben und glauben an die Kraft der physischen Orte. Wir sind Community-getrieben und wollen Menschen und Organisationen zusam-

Eine Schlüsselrolle spielte der Standort in Wien: Hier wurde eine neue globale Struktur, ein internationaler Verein als gemeinsamer Träger und eine operative Gesellschaft für Leitung, Unterstützung und Wachstum des Netzwerks aufgebaut. Da war es nur folgerichtig, dass die neue Geschäftsführung (Gabriela Gandel, Hinnerk Hansen, Simon Ulvund) auch aus Wien kam. Nur kurz nach der Eröffnung des Impact Hub in der österreichischen Hauptstadt war die Stadt damit Mittelpunkt eines weltweiten Experiments geworden. Die Aufgabe: Ein globales Netzwerk führen und die individuelle Stärke seiner Standorte ausbauen.

Mit Erfolg. Nach einem Jahr der Konsolidierung folgten Jahre starken Wachstums, 2017 bestand das Netzwerk aus mehr als hundert Standorten weltweit. Trotz weiterer Herausforderungen bewährte sich das Modell dauerhaft. Es schuf eine resiliente Struktur mit hohem Maß an Mitgestaltung und der Fähigkeit, unterschiedliche Perspektiven produktiv einzubinden.

2011 – Wien wird Hauptsitz des globalen Impact Hub Netzwerks.

2012 – Mit dem Investment Ready Program wird das erste Start-up-Programm durchgeführt, über 80 weitere werden folgen.



„All das funktioniert nur wegen der Menschen“, sagt Alexis Eremia. Gäste bei einem Impact Hub-Event im Wiener Rathaus.

menbringen. Und wir begleiten inhaltlich und unterstützen Personen und ihre Ideen in Programmen, damit sie in die Welt kommen. Als vierte Säule kommt noch die Entwicklung des Ökosystems hinzu.

Was ist das Spezifische?

Jakob: Wir haben eine simple, klare Logik, die uns auszeichnet und für alles der Kompass ist: Es gibt in den Labs die thematischen Schwerpunkte - spezifische systemische Herausforderungen - und im Impact Hub den Stakeholder-Fokus auf die Social Entrepreneurs.

Alexis: All das funktioniert natürlich auch nur wegen der Menschen. Man kann noch so viel Konzepte haben, wenn aber das richtige Mindset nicht da ist, läuft es nicht. Es geht nicht nur darum, ein Unternehmen aufzubauen, sondern sich zu etwas zu committen, eine wirkliche Wirkung zu erzeugen.

Hinnerk: Zudem wir haben es geschafft, unsere Intention in konkretes Handeln zu übersetzen, was uns, denke ich, sehr glaubwürdig gemacht hat. Da ist in mehr als 15 Jahren ein solides Fundament aufgebaut worden. Ich bin überzeugt: Wenn wir weiterhin unternehmerisch, ambitioniert und intentionsgetrieben bleiben, funktioniert es auch. Wenn von diesen drei Aspekten einer abhandenkommt, haben wir ein Problem.

Starke Stakeholder-Beziehungen sind ein Kern eurer Arbeit. Wie habt er das geschafft?

Hinnerk: Das Gegenüber merkt, dass uns wirklich etwas an ihr oder ihm und dem Thema liegt. Ich sehe die Wien Energie, aber vor allem den Fabian dort, der etwas gestalten will. Und obwohl die Wien Energie tausendmal größer als wir ist, sieht der Fabian vielleicht auch den Hinnerk und will mit dem zusammenarbeiten. Neben dem strategischen Fit ist es auch dieses persönliche Vertrauen, das wir immerzu suchen und durch gemeinsames Wirken aufbauen wollen. Das ist tief in unserer DNA und prägt all unsere Initiativen.

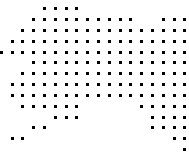
Alexis: Wir wollen ein Gefühl der Zugehörigkeit schaffen. Dazu bedarf es eines starken Kerns, der die Menschen zusammenbringt und die Community dann auch zusammenhält. Die Frage ist immer: Was ist in der Mitte? Um was versammeln wir uns?

Also ein Raum allein reicht nicht aus?

Alexis: Wir arbeiten zwar alle in diesem Raum, aber das macht die Menschen noch lange nicht zu einer Gemeinschaft. Die zeichnet sich erst dadurch aus, dass wir eine klare gemeinsame Intention verfolgen und eine Struktur der Zugehörigkeit schaffen: Die Menschen kommen in den Impact Hub, um unternehmerisch etwas in der Welt zu bewegen. Ins Climate Lab, um daran zu arbeiten, die CO₂-Emissionen zu senken.



WIRKUNG ENTSTEHT NICHT ALLEIN



Was 2005 mit einer Vision begann, hat sich zu einer globalen Bewegung mit über 120 Standorten in mehr als 60 Ländern entwickelt.

Abidjan	Bern	Donostia	Kathmandu	Manaus	Porto Alegre	Tirol
Abuja	Bissau	Dresden	Khartoum	Medellin	Reggio Emilia	Tokyo
Accra	Boston	Duhok	Kigali	Mexico City	Rio de Janeiro	Trento
Agder	Brasilia	Florence	Kumasi	Milan	Riyadh	Turin
Amsterdam	Brno	Florianopolis	Kuala Lumpur	Minneapolis	Rome	Ubatuba
Ankara	Bucharest	Geneva	Kyoto	Monterrey	San Jose	Vienna
Antigua	Budapest	Goiânia	Lagos	Montevideo	San Salvador	Vitoria
Antwerp	Buenos Aires	Gyumri	Lausanne	Moscow	Sao Paulo	Waikato
Aruba	Bujumbura	Hamburg	Leipzig	Munich	Shanghai	Yangon
Athens	Cali	Harare	Liepaja	Nairobi	Shenzhen	Yaoundé
Baltimore	Caracas	Houston	Lisbon	New York	Stockholm	Yerevan
Bamako	Cape Winelands	Hyderabad	London	Odessa	Stuttgart	Yorkshire
Barcelona	Chongqing	Inverness	Ljubljana	Ostrava	Syracuse	Zagreb
Bari	Cotonou	Istanbul	Luanda	Ottawa	Syunik	Zaragoza
Belgrade	Curitiba	Istra	Lusaka	Panama City	Taipei	Zurich
Belo Horizonte	Dakar	Jakarta	Madrid	Phnom Penh	Tbilisi	
Berlin	Dar es Salaam	João Pessoa	Malaga	Port-au-Prince	Tegucigalpa	
Bogota	Dhaka	Karlsruhe	Managua	Prague	Ticino	

Ins Future Health Lab, um die Gesundheitsversorgung zu verbessern. Und ins Education Lab, um das Bildungssystem zu verändern. Das ist das, was uns verbindet und uns von anderen unterscheidet. Plus die Art und Weise, wie man das in die programmatischen Aktivitäten einbindet und als Gastgeber auftritt.

Wie gewährleistet ihr diese besondere Unternehmenskultur?

Jakob: Zunächst einmal brennen die Menschen hier sehr für ihre jeweiligen Themen. Das ist das Wichtigste. Der Wille zu gesellschaftlicher Veränderung steht im Zentrum unseres Unternehmens, was wir strukturell bereits seit 2014 auch durch das Organisationsmodell der Holokratie abbilden. Das heißt: Bei uns gibt es keine traditionelle Hierarchie, sondern wir arbeiten vor allem in selbstorganisierten sogenannten Circles und Rollen. So werden die Entscheidungsbefugnisse im gesamten Unternehmen verteilt, was uns transparent macht und

jede und jeden eigenverantwortlich handeln lässt. Auch diese besondere Kultur treibt uns voran.

Alexis: Wir haben uns diese Form damals im Impact Hub Amsterdam angesehen und danach bei uns implementiert. Seitdem ist die Organisation ein Organismus, dessen Struktur sich weiterentwickelt, agil bleibt und der sehr gut mit unserer Sichtweise auf Organisationen insgesamt übereinstimmt.

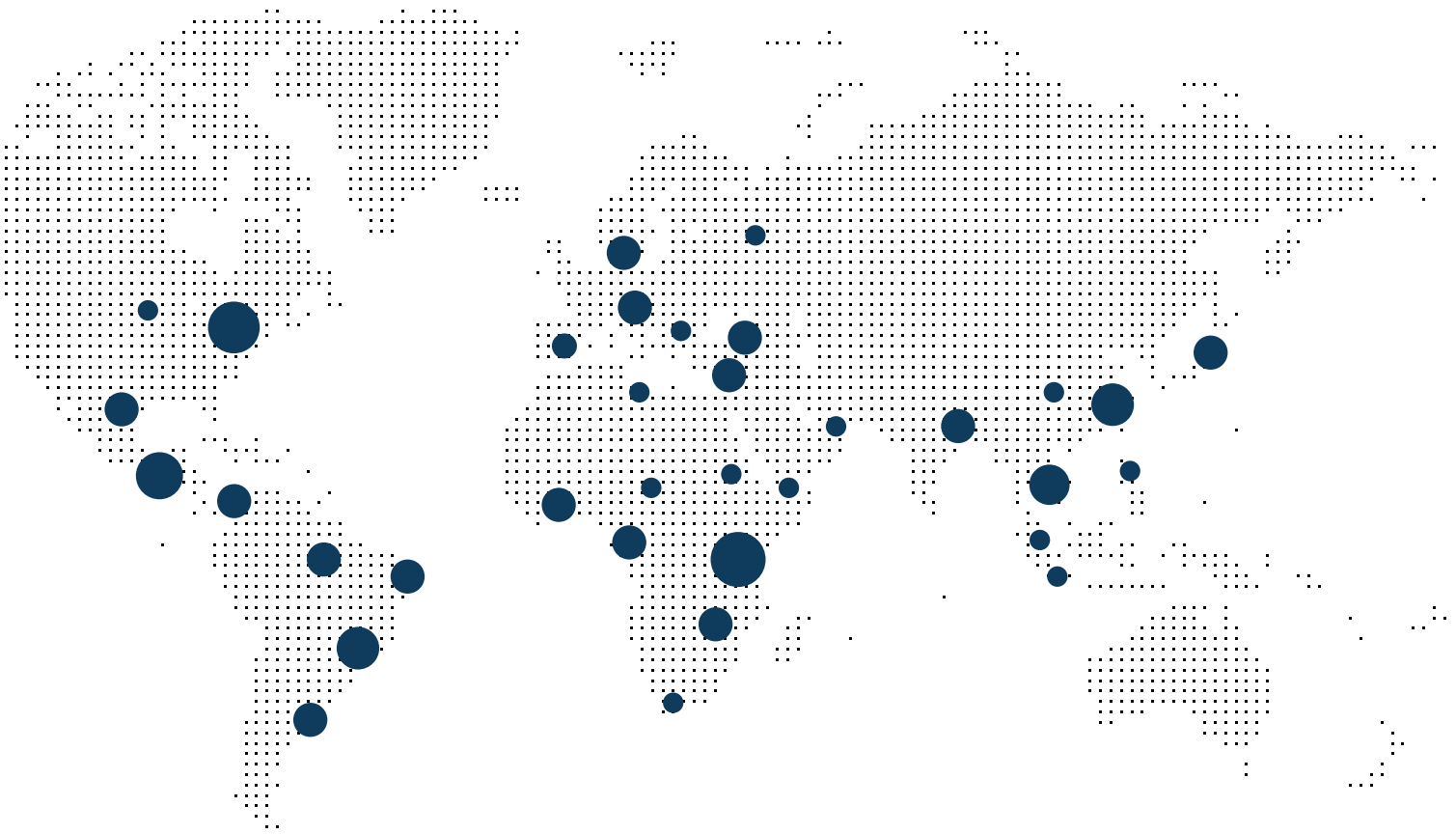
Welche Rolle spielte die Holokratie für euren Erfolg?

Jakob: Sie ist ein Ermöglicher von Wachstum. Wenn man nicht mehr alles Top-down entscheiden muss, sondern nach dem Prinzip der dezentralen Führung arbeitet, löst das Dynamik aus. Wir drei wissen oft gar nicht alles, was in der Organisation gerade passiert – und das ist gut so! Wir müssen nicht in alles involviert sein und vertrauen darauf, dass die Menschen ihre Rollen im Sinne unseres Purpose leben.

Alexis: Ohne Holokratie wäre dieses extrem schnelle

2015 – Der Impact Hub vergrößert seine Fläche auf über 1.000 m². Ermöglicht durch ein neues Community Investment Modell.

2018 – Der Social Impact Award (SIA) wird ausgegründet. Heute wirkt er in über 25 Ländern.



Wachstum der vergangenen fünf Jahre nicht möglich gewesen. Es ist ein System, das sich aus sich selbst heraus immer wieder an die Herausforderungen anpasst. Es ist faszinierend.

Alexis verabschiedet sich, die nächsten Termine warten.

Habt ihr eine Vorbildfunktion für andere Impact Hubs?

Jakob: Wir sind einer der fünf größten Impact Hubs im Netzwerk, da schaut man natürlich auf uns. Bei den jährlichen Netzwerk-Treffen bin ich zumindest immer sehr gefragt (lacht). Im Ernst: Allein schon durch Hinnerks frühere Rolle beim Aufbau des globalen Netzwerks sind wir exponiert und tragen eine besondere Verantwortung. Ich habe mich in den vergangenen drei Jahren immer wieder ins globale Netzwerk eingebracht und daran mitgearbeitet, welche Standards wir in den inzwischen bald 130 Impact Hubs einhalten wollen.

Schauen sich andere Impact Hubs bei euch etwas ab oder ihr euch bei anderen?

Jakob: Kürzlich hat sich eine Delegation von Impact Hubs unser Climate Lab angesehen, um vielleicht so etwas in ihre Länder zu transferieren. Aber natürlich schauen wir auch auf andere: Zürich hat zum Beispiel gerade eine Community-App gelauncht, die wir übernommen haben, von São Paulo können wir von der Organisation ihrer Jahreskonferenz viel für unsere Impact Days lernen und Madrid hat tolle Synergien zwischen vielen Standorten in einer Stadt geschaffen.

Alles Maßnahmen im Rahmen einer gemeinsamen Vision?

Hinnerk: Ja, letztlich hält uns genau dies über alle unterschiedliche Kontexte hinweg zusammen: Wir möchten, dass jede und jeder die Möglichkeit hat, Ideen für eine bessere Welt zu entdecken und umzusetzen – und hierfür bei uns den Raum und die Unterstützung



findet, die sie brauchen. Egal ob hier in Wien, in London oder in Kigali. Unsere Aufgabe ist es, Menschen zu verbinden, Ideen groß zu machen – und gemeinsam Lösungen für dringende gesellschaftliche Herausforderungen in die Umsetzung zu bringen.

Und wie ist der Weg dahin?

Jakob: Über zwei Pfade: den unternehmerischen und den kollaborativen Pfad. Ich glaube, dass nur wenige Impact Hubs das so explizit auf die lokale Ebene heruntergebrochen haben wie wir: Der Impact Hub ist primär der Standort für Unternehmer:innen, die in die Wirkung kommen wollen. Der kollaborative Pfad wird in den Labs beschritten, in denen verschiedene Stakeholder in sektorenübergreifende Kooperationen gehen.

Funktioniert das auch, wenn man wie im Fall des Climate Lab unter das Dach eines Partners schlüpft?

Jakob: Bei der Standortwahl fürs Climate Lab haben wir uns bewusst dazu entschieden, dorthin zu gehen, wo die Emissionen sind: direkt neben die – durchaus ikonische – Müllverbrennungsanlage Spittelau. Wir wollen schließlich etwas verändern! Es wäre doch zu simpel, nur mit Akteuren zu arbeiten, die ohnehin schon dekarbonisiert sind und zirkulär arbeiten. Das warme Nest bringt nichts. Aber selbstverständlich arbeiten wir nur mit Partnern zusammen, die es ernst meinen und wirklich etwas verändern wollen – dann bieten wir unsere Kollaboration mit uns und anderen Partnern an, um Wirkung zu entfalten.

Es braucht also den engen Schulterschluss mit der Wirtschaft?

Jakob: Um wirklich etwas verändern zu können, brauchen wir Wirtschaft und Industrie. Die Kunst besteht darin, nachhaltiges Wirtschaften mit Standortförderung zu verknüpfen, dann hören auch Unternehmen oder Verbände zu. Wir suchen immer die Klammer und das Verbindende im Sinne der Wirkung, und arbeiten mit und im, nicht gegen das System.

Hilft es da, selbst ein mittelständisches Unternehmen zu sein?

Hinnerk: Es hat sicher geholfen, dass wir in den vergangenen gut drei Jahren drei Pflöcke eingeschlagen haben, also die Labs mit ihrer thematischen Breite geöffnet und vor allem in Partnerschaft begründet haben. Das hat uns in Politik und Verwaltung, in Wirtschaft und Zivilgesellschaft auf ein neues Level gehoben. Wir haben – bei allem unternehmerischen Risiko – ein solides Fundament gebaut. Die Partner spüren, dass hier Menschen arbeiten, die sagen: Wir wollen das, wir machen das, wir riskieren das, wir hal-

ten das aus, aber wir schaffen es nicht allein – und am besten wirken wir gemeinsam.

Jakob: Gleichwohl gibt es noch eine Diskrepanz zwischen unserer Arbeit und ihrer Wahrnehmung. Wir versuchen immer erst einmal – Stichwort Intentionalität –, die Dinge gut zu machen und dann darüber zu reden. Andere da draußen sind lauter und damit sichtbarer, obwohl sie vielleicht öfters auch mal eher heiße Luft produzieren.

Gibt es in Zukunft weitere Labs?

Jakob: Die drei Lab-Themen Klima, Gesundheit und Bildung sind wirklich essenzielle Säulen, um Antworten auf die Frage zu finden, wie wir eine zukunftsfitte Gesellschaft bauen wollen. Sowohl in wie auch zwischen den Säulen lassen sich aber sicher noch weitere Themen entwickeln und aufbauen. Gleichwohl starten wir in diesem Sommer einen Strategieprozess mit der Frage: Wie erreichen wir unsere Ambition für 2030 am besten? Aber in diesem und nächsten Jahr wollen wir erst einmal in die Vertiefung und Verstetigung unserer Arbeit kommen. Was heute funktioniert, soll sich konsolidieren.

Hinnerk: Ich sehe das genauso. Wir werden neue Labs eröffnen, wenn es sich richtig anfühlt. Aktuell finde ich es aber reizvoller, Partnern aus einer etablierten Rolle heraus anbieten zu können, strategisch gemeinsam mit ihnen zu denken. Und hier auch offen für andere Strukturen zu sein. Labs sind nicht die einzigen Lösungen, Themen anzugehen. Aber ich will nicht ausschließen, dass es später noch Themen geben wird, die wir wieder in Form von Labs und mit vollem unternehmerischem Elan angehen.

Klingt nach dem nächsten Level.

Hinnerk: Es ist für mich eine natürliche Fortsetzung. Uns geht es darum, dass die Stadt, der Bund und alle anderen Partner wissen: Wenn sie wirklich eine Lösung für Probleme im Sinne einer Veränderung zum Guten für die Gesellschaft erwirken wollen, sind sie beim Impact Hub richtig.

Seid ihr optimistisch, dass wir die Transformation hinbekommen?

Jakob: Ja, ich glaube, wir sind hier alle Optimisten. Aber der Blick in die Glaskugel ist für mich eigentlich nicht die relevante Frage. Man verliert sich dann nur in einem nicht sehr produktiven Diskurs. Ich finde es ermutigender und freudvoller, darüber nachzudenken, was wir tun können, um uns auf diesen Weg, den Weg der Transformation, zu begeben. Genau das ist der Zugang in unserer Arbeit. Wenn es beispielsweise beim Klima gerade einen Backlash gibt, darf das nicht darüber hinwegtäuschen, dass es noch immer viele Or-

ganisationen und Unternehmen gibt, die sich strategisch auf den Weg gemacht haben. Ich finde es viel spannender, sich mit der Frage zu beschäftigen, wie wir vorankommen, als wo wir genau ankommen. Denn dann wird die Transformation konkret und wir werden als Gesellschaft handlungsfähig.

ALEXIS EREMIA

ist Mitgründerin und Vorstandsmitglied von Impact Hub Vienna. Über 15+ Jahre prägte sie maßgeblich die strategische Entwicklung und das Wachstum der Organisation. Dabei war sie an dem Aufbau aller Labs von Impact Hub Vienna sowie der jährlichen Impact Days beteiligt – Österreichs führender Konferenz für Impact Investing. Darüber hinaus war Alexis als strategische Beraterin für WWF, UNIDO, Climate-KIC und REEEP tätig und unterstützte diese Organisationen beim Ausbau ihrer Wirkung und Ökosysteme. Zudem war sie Mitgründerin einer Beratungsfirma für Strategie, Entrepreneurship und Impact.

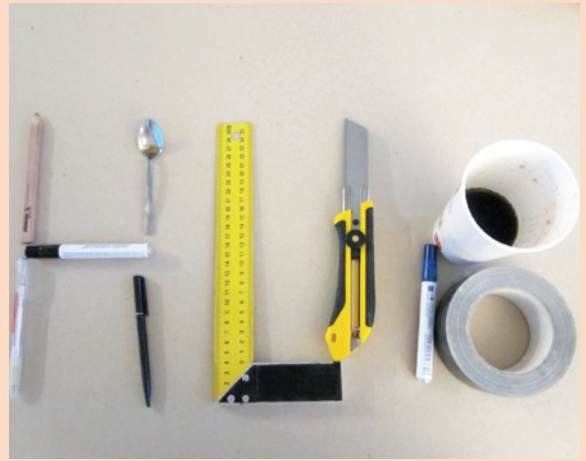
HINNERK HANSEN

ist Mitgründer und Geschäftsführer von Impact Hub Vienna. Von Beginn an leitete er die Entwicklung des Impact Hub in Wien und verantwortete später als globaler Geschäftsführer über viele Jahre das Wachstum des Impact Hub Netzwerks in mehr als 100 Städten. Zuletzt prägte er die Expansionsstrategie in Wien sowie die Gründung des Climate Lab, Future Health Lab und Education Lab in öffentlich-privaten Partnerschaften. Darüber hinaus beriet Hinnerk zahlreiche philanthropische und öffentliche Institutionen und engagierte sich beim World Economic Forum für die Förderung sozialer Innovation und sozialen Unternehmertums. 2025 wurde er von EY als Social Entrepreneur of the Year ausgezeichnet.

JAKOB DETERING

ist Geschäftsführer von Impact Hub Vienna und leitet das Team der Unternehmensgruppe mit insgesamt mehr als 70 Mitarbeitenden. Zuvor baute er den Social Impact Award über fast ein Jahrzehnt auf, leitete ihn und entwickelte ihn zu einer globalen Community junger Sozialunternehmer:innen, die er bis heute begleitet. Außerdem war er in Österreich und international in Philanthropie und Social Business Development tätig, unter anderem beim Aufbau eines Sozialunternehmens mit Fokus auf Lebensmittelverschwendung und soziale Inklusion in Rumänien. Jakob ist regelmäßiger Speaker und lehrt seit vielen Jahren Social Entrepreneurship an Hochschulen.





WIE ALLES BEGANN

Ein Jahr voller Planung und Umbau, Zweifel und Hoffnung – am Beginn wurde nicht nur ein Ort, sondern auch eine Community geschaffen. Mitgründer Matthias Reisinger erinnert sich.

Ein großer, heller Raum. Hundert Studierende aus der ganzen Welt reflektieren, diskutieren und arbeiten an ihren Ideen, wie sie die Welt verbessern können. Im Hintergrund inspirierende Musik. In der Luft liegt etwas Magisches – und ich stehe mittendrin und denke: Dafür haben wir das hier gebaut.

Das sah nicht immer so aus. In den letzten Monaten – um genau zu sein, vor ein paar Stunden – war das hier noch eine Baustelle. Der Impact Hub existierte lange nur als Businessplan in einer Studentenküche. Hinnerk, Alexis und ich, zwei Studenten und eine Berufseinsteigerin mit einer Idee: Wien braucht einen Ort, an dem Menschen zusammenkommen, die etwas verändern wollen.

Was folgte, war viel Arbeit. Wir besichtigten ein Dutzend Räume – zu dunkel, zu teuer, zu klein, zu absurd. Nebenher studierten wir, arbeiteten, überzeugten. Dann fanden wir den perfekten Ort. Unterschrieben. Drei Monate Planung, neun Monate Baustelle. Wochenenden, an denen wir Wände strichen, bis uns die Arme wehtaten. Abende, an denen wir allein auf der Baustelle standen und uns fragten, ob das jemals fertig wird.

Aber dann passierte auch etwas Magisches: Noch bevor der letzte Pinselstrich trocken war, kamen Menschen dazu. Sie wollten helfen, mittragen, Teil von etwas werden, das noch gar nicht fertig war. Die Community entstand nicht nach der Eröffnung – sie entstand auf der Baustelle.

15 Jahre später weiß ich: Das war kein Zufall. In einer Welt voller Screens und Algorithmen bleibt das Wirkungsvollste überraschend analog – Menschen, die in einem Raum zusammenkommen und gemeinsam etwas bewegen. Genau das ist 2010 passiert. Und es passiert bis heute im Impact Hub.



MATTHIAS REISINGER

ist Mitgründer des Impact Hub Vienna und heute Geschäftsführender Vorstand der Stiftung für Wirtschaftsbildung. Er setzt sich dafür ein, dass junge Menschen die Werkzeuge bekommen, um ihre Zukunft selbst zu gestalten – in der Schule, in der Wirtschaft und in der Gesellschaft.



Community Table
Sit here to connect with other members during lunch time!





DIE KEIMZELLE

Was im 1. Stock eines Hinterhofs in Wien begann, ist heute einer der aufregendsten unternehmerischen Orte Österreichs: Der Impact Hub hat in seinem Stammhaus starke Wurzeln der Wirkung für Social Enterprises und gesellschaftliche Innovationen geschlagen. Eine Annäherung.

Vielleicht sehen Lichtgestalten mehr als andere. Warum hätte Muhammad Yunus, Friedensnobelpreisträger und Begründer von Social Business, sonst hierherkommen sollen? In den ersten Stock eines unscheinbaren Gebäudes in einem Hinterhof irgendwo in Wien, wo ein paar junge Leute an diesem 12. Mai 2010 einen sogenannten Impact Hub eröffneten, um dem Arbeiten an gesellschaftlichen Herausforderungen mit der Kraft von Unternehmertum und Pioniergeist einen Raum zu geben? Aber vielleicht hatte Yunus ja so eine Art Vorahnung. Kaum jemand hätte damals sicher auch nur einen Cent darauf verwettet, dass aus diesem Raum einmal der zentrale Ort von Social Entrepreneurship und gesellschaftlicher Innovationen in Österreich werden sollte. Dass hier im Laufe der Zeit über tausend Start-ups und fast 10.000 neue Jobs geboren werden sollten. Dass er bis heute über 5.000 Mitglieder beherbergen sollte. Dass drei Themen-Labs mit über 450 Partnerschaften für das gemeinwohlorientierte Wirtschaften entstehen würden. Niemand außer Yunus. Vielleicht.

„Hier hat alles begonnen“, sagt Raphaela Stock fast 16 Jahre später mit gedämpfter Stimme, schließlich will man hier im Co-Working-Space nicht zu sehr bei der Arbeit stören. Licht ergießt sich durch den „Community Floor“, es gibt eine Küche, ein kleines Café, Kronleuchter an hohen Decken, Telefonzellen und die „Leaf-Tables“, die vom Impact Hub eigens entwickelt wurden und deren blattförmige Holzplatten sich individuell zu Arbeitsinseln jeglicher Größe zusammenstecken lassen. Raphaela Stock, Verantwortliche für Events und Community in der Lindengasse, sagt: „Das ist die Keimzelle des Impact Hub.“

Eine Keimzelle, aus der heraus nicht nur zwei weitere Stockwerke hier im Stammhaus in der Lindengasse in Wien und drei Standorte mit insgesamt 70 Mitarbeitenden und 6,5 Millionen Euro Umsatz im Jahr erwachsen sind. Sondern auch eine Keimzelle, aus der heraus eine große Gemeinschaft, enge Kollaborationen und ein dichtes Netzwerk für gesellschaftliche Innovationen und Wirkung entstanden sind. Eine Keimzelle, in der Gründer:innen, Unternehmen, öffentliche Institutionen, Stiftungen und Zivilgesellschaft zusammenkommen, um gesellschaftliche Herausforderungen gemeinsam anzugehen. Alles für ein Ziel: „Wir stehen für eine Wirtschaft, in der alle Menschen gut leben können“, so liest man es auf Website und in Broschüren. Ein hoher Anspruch. Geboren aus einer tiefen Überzeugung. „Die Wirtschaft muss dem Menschen dienen“, sagt Alexis Eremia lächelnd, als spräche sie von einem Naturgesetz.

Gemeinsam mit Hinnerk Hansen und Matthias Reisinger hat sie den Impact Hub 2010 ins Leben gebracht. Längst sind die Zeiten des Aufbaus vorbei: der euphorische, aber nicht einfache Anfang, das langsame Wachsen, die gelegentlichen personellen Verände-



Hoher Besuch: Friedensnobelpreisträger Muhammad Yunus bei der Eröffnung des Impact Hub 2010.

rungen in der Führung, die internen und externen Krisen, der Bezug von Erdgeschoss 2015 und 3. Stock 2018 in der Lindengasse, das beschleunigte Wachstum durch die drei thematischen Standorte Climate Lab, Future Health Lab und Education Lab. „Heute sind wir ein mittelständisches Unternehmen“, sagt die Mitgründerin. „Ein Unternehmen, das funktioniert.“

Das Geschäftsmodell basiert auf drei Säulen: Zum einen gibt es den Bereich Mitgliedschaft und Co-Working, mit dem der Impact Hub seine ersten Schritte tat. „Heute haben wir 436 Member“, sagt Raphaela Stock. Ihr Bestseller: der Flex-Pass, mit dem Member an fünf Tagen im Monat für 75 Euro an einem der hundert Plätze im Co-Working-Space arbeiten dürfen. Aber natürlich gibt es darüber hinaus weitere Angebote vom Ein-Tages-Pass bis hin zu einem der 15 Büros, in dem Unternehmen wie „Dreamwaves“, „Vision Education“ oder „Ground Truth Solutions“ beheimatet sind. Insgesamt sind derzeit 189 Firmen im Impact Hub registriert, jede hat ihr eigenes Postfach. So weit, so normal für einen Co-Working-Space.

Die Zusammenarbeit zwischen dem Impact Hub Vienna und Deloitte Österreich begann 2016 mit dem gemeinsamen Acceleration-Programm „Found“, das auf die Förderung sozialer Start-ups ausgerichtet war. Fortgeführt wurde sie mit „Grow“, einem Projekt mit Fokus auf nachhaltigkeitsorientierte Start-ups. Deloitte bringt fachliche Expertise in Strategie und Beratung ein, während der Impact Hub Vienna Zugang zu einem starken Netzwerk aus Start-ups bietet. Ziel ist es, innovative und nachhaltige Lösungen für gesellschaftliche Herausforderungen zu fördern, insbesondere die Schaffung von Perspektiven am Arbeitsmarkt und Maßnahmen gegen den Klimawandel. Die Partnerschaft trug zur erfolgreichen Unterstützung innovativer Geschäftsmodelle sowie zum verstärkten Austausch zwischen Wirtschaft und sozialer Innovation bei.

Harald Breit - CEO, Deloitte Österreich

Der Mehrwert für die Community: Neben dem Austausch untereinander, was regelmäßig auch zu gemeinsamen Gründungen führt, werden die Unternehmen in Accelerator-Programmen in jeder Phase durch Netzwerkpartner:innen und Mentor:innen unterstützt – in der Ideenphase, beim Markteintritt oder in verschiedenen Wachstums- und Skalierungsphasen. „Es war immer mein Traum, den Zugang zu Unterstützung für Unternehmer:innen zu demokratisieren“, sagt Mitgründerin Eremia. „Je mehr es für sie gibt, desto besser.“

Daneben gibt es den Bereich der Programme, bei denen je nach Thema zwischen 6 und 25 Social Enterprises aus ganz Österreich unterstützt werden, um an bestimmten gesellschaftlichen Fragestellungen zu arbeiten: Da gibt es derzeit etwa das Programm für Start-ups, die Lösungen im Kontext des demografischen Wandels entwickeln.

Oder das Programm „Grow“ vom Deloitte Future Fund und Impact Hub, das das Wachstum von Start-ups fördern will, die sich für die Bewältigung der Klimakrise einsetzen – und von dem sich Harald Breit, CEO von Deloitte Österreich, begeistert zeigt: „Die Partnerschaft trug zur erfolgreichen Unterstützung innovativer Geschäftsmodelle sowie zum verstärkten Austausch zwischen Wirtschaft und sozialer Innovation bei.“ (Siehe auch sein Statement.)

Rund 130 Partner haben sich bisher in den rund sechs Monate dauernden insgesamt über 80 Programmen engagiert, wovon je ein Viertel auf Stadt, Bundesministerien, Unternehmen sowie Stiftungen und NGOs entfallen, 716 Unternehmen nahmen teil. Das Setzen der Themen und Konzeptionieren der Programme über-



SOCIAL IMPACT AWARD

Der Social Impact Award (SIA) ist ein globales Netzwerk, das junge Menschen dabei unterstützt, Ideen für unternehmerische Lösungen für drängende soziale und ökologische Herausforderungen zu entwickeln. Durch praxisnahe Programme – von der frühen Ideenphase über Inkubation bis hin zu Auszeichnungen – vermittelt SIA unternehmerische Kompetenzen, bietet Mentoring und schafft eine unterstützende internationale Community, die dabei hilft, aus Intention konkrete Wirkung zu machen.

Gegründet 2009 an der Wirtschaftsuniversität Wien, hat sich SIA zu einer der weltweit führenden Plattformen für frühphasiges soziales Unternehmertum entwickelt. Über viele Jahre war die Initiative im Impact Hub Wien angesiedelt, bevor sie 2018 unter der Leitung von Jakob Detering in eine eigenständige gemeinnützige Organisation ausgegründet wurde. Dabei wurde auch die seit 2010 bestehende langfristige Förderung und strategische Partnerschaft mit der ERSTE Stiftung fortgesetzt.

Heute erreicht SIA jährlich rund 10.000 junge Menschen und hat die Entstehung von mehr als 1.000 wirkungsorientierten Ventures in über 25 Ländern in Europa, Afrika, Lateinamerika und Asien unterstützt. Der Ansatz geht dabei über reine Gründungsförderung hinaus: SIA stärkt Eigenverantwortung, baut Kompetenzen auf und vernetzt eine vielfältige, werteorientierte Community, die sich für eine gerechtere und nachhaltigere Zukunft einsetzt.



Zusammen Lösungen finden: Im Veranstaltungsraum „The Stage“ arbeiten Menschen fast täglich an den Herausforderungen unserer Zeit.

SOCIAL ENTREPRENEURSHIP


„Social Entrepreneurship beschreibt innovatives, unternehmerisches Handeln, das auf die Lösung gesellschaftlicher Probleme abzielt. Dieses kann in einer Neugründung (Startup) oder auch im Rahmen bestehender Organisationen (Social Intrapreneurship) umgesetzt werden.“

– Center für Social Entrepreneurship und Soziale Innovation, WU Wien

Anfang der 2000er Jahre war es praktisch unbekannt, dass ein Unternehmen sowohl auf die Schaffung von sozialem Wert als auch auf Umsatz ausgerichtet sein könnte. Angesichts wachsender sozialer Ungleichheit und der Dringlichkeit der Klimakrise verbinden heute immer mehr Unternehmen „Purpose und Profit“ miteinander, da Führungskräfte erkennen, dass ein Unternehmen nur dann florieren kann, wenn es den beteiligten Menschen und der Umwelt ebenfalls gut geht. Im Jahr 2023 gab es weltweit rund 10 Millionen Sozialunternehmen, die einen Jahresumsatz von über 2 Billionen US-Dollar

erzielten und 200 Millionen Arbeitsplätze in verschiedenen Branchen schufen. Im Jahr 2024 zählte Österreich ca. 2.500 Sozialunternehmen innerhalb seiner Grenzen mit Geschäftsmodellen, die von nachhaltigem Bauen über inklusive Bildung bis hin zu Impact Investing reichten. Social Entrepreneurship hat hierzulande mit der Einführung des Labels „Verified Social Enterprise“ sowie staatlichen Fördermitteln für wirkungsorientierte Programme und Frühphasenfinanzierungen für soziale Start-ups auch offizielle Anerkennung gefunden.

Auch das soziale Intrapreneurship hat an Fahrt gewonnen: Immer mehr Unternehmen und Behörden ermächtigen einzelne Mitarbeitende, innerhalb ihrer bestehenden Strukturen Lösungen für soziale oder ökologische Herausforderungen zu initiieren und zu skalieren. Das führt nicht nur zu einer höheren Mitarbeiterbindung und Produktivität, sondern kann auch den CSR-Ruf einer Marke stärken, eine Innovationskultur vorantreiben und neue Einnahmequellen erschließen.



Der Impact Hub spielt eine zentrale Rolle für die Community von Impact orientierten Unternehmen und Social Enterprises in Österreich. Als offenes Netzwerk bietet er Raum für Austausch, Sichtbarkeit und gegenseitiges Lernen und stärkt damit eine Zielgruppe, die gesellschaftliche Wirkung mit unternehmerischem Handeln verbindet. In der Zusammenarbeit zum Verified Social Enterprise und den Impact-orientierten Instrumenten der aws fungiert der Impact Hub als wichtiger Zugangspunkt zu dieser Community. Er unterstützt Orientierung, Vernetzung und Bewusstseinsbildung rund um Impact-Themen und trägt dazu bei, dass Social Enterprises als eigenständige und relevante Akteure im österreichischen Innovations- und Gründungsökosystem wahrgenommen werden.

Ute Stadlbauer, Leiterin Entrepreneurship, aws-Austria Wirtschaftsservice GmbH

nehmen zumeist die Expert:innen aus dem Impact Hub gemeinsam mit den Partnern. Die Durchführung in Einzel- und Gruppenformaten obliegt den Expert:innen aus dem Impact Hub, viele davon mit eigener Gründungserfahrung und hoher Expertise, wenn es darum geht, eine Idee in die Umsetzung und Skalierung zu bringen.

Bleiben der Bereich Veranstaltungen. Es vergeht kaum ein Tag, an dem nicht irgendetwas im Impact Hub für Mitglieder oder Interessierte angeboten wird: Von Beratung einer Impact-Investment-Managerin der Erste Group über ein Gründungstraining bis hin zum freitäglichen „Bier um Vier“. Die Räume, in denen die Events stattfinden, sind als „Green Locations“ zertifiziert und können angemietet werden: Von der „Stage“ für große Veranstaltungen mit bis zu 150 Gästen über das „Atelier“ bis zu der „Library“ für rund 30 Menschen. Gerade die Library ist für die meisten ein besonderer Anziehungsort: Mit Büchern vom Flohmarkt, die hier aufgeklappt an den Wänden hängen, hat man hier Design, Schallschutz und den Gründer:innen-Geist von DIY miteinander versöhnt.

Beim Abschied bleibt die Erkenntnis: Hier wird Unternehmertum nicht nur neu gedacht, sondern vor allem gelebt. Es werden Kapital, Talente, Netzwerke und Ressourcen zur Verfügung gestellt, damit Entrepreneurs den bestmöglichen Humus zum Gedeihen erhalten, um einen positiven Beitrag für die Gesellschaft zu leisten. Dass es funktioniert, beweisen Unternehmen wie Vollpension (s. S. 24-25) und aWATTar (s. S. 30-31) und viele andere. Ohne Übertreibung darf man sagen: Es ist ein Ort, an dem eine gute Zukunft gemacht wird. Yunus hat es bestimmt gewusst.

STECKBRIEF IMPACT HUB VIENNA

Standort: 1070 Wien
 Eröffnung: 2010
 Fläche: 1.610 m²
 Mitarbeitende: 23
 5.011 Mitglieder seit Gründung
 364 Veranstaltungen pro Jahr
 83 abgeschlossene Start-up Programme

AUSGEWÄHLTE PARTNER

- Austrian Development Agency
- Austrian Institute of Technology
- Austria Wirtschaftsservice (aws)
- Blühendes Österreich BILLA Privatstiftung
- Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft (BMLUK)
- Bundesministerium für Wirtschaft, Energie und Tourismus (BMWET)
- Deloitte
- EIT Urban Mobility
- Erasmus for Young Entrepreneurs
- Erste Group und Erste Social Finance
- ERSTE Stiftung
- European Forum Alpbach
- European Investment Fund
- FFG
- Hil-Foundation
- IKEA Austria
- Interreg Central Europe
- Karin Granner
- Klima- und Energiefonds
- Mercer
- OekoBusiness Wien
- Österreichisches Rotes Kreuz
- Social Entrepreneurship Network Austria
- Stadt Wien – Büro für Mitwirkung
- UNIDO
- Wirtschaftsagentur Wien
- Wirtschaftskammer Österreich

START-UPS AUS DEM IMPACT HUB

Seit 2010 wurden im Impact Hub mehr als 1.000 Start-ups und Initiativen gegründet, begleitet und skaliert. Einige davon zählen heute zu den prägenden Beispielen für unternehmerische Lösungen gesellschaftlicher Herausforderungen – darunter aWATTar, Die Pflanzerei, Dreamwaves, erdbeerwoche, Fox Education, Hacker School, Hobby Lobby, inoqo, Kern Tec, markta, Minimalist, myAbility, Revo Foods, sequestra, so.cool, soulbottles, Unverschwendet, VELLO Bike und Vollpension.



Ganz schön viel gebacken bekommen: Mitgründer Moriz Piffel-Percevic, hier mit Oma Marianne, in einer der beiden Vollpension-Cafés.

GANZ DIE OMA!

Wer in den beiden Wiener Cafés der Vollpension einkehrt, bekommt 100 Prozent Großeltern-Gefühl – und lernt ein Sozialunternehmen par excellence kennen.

„Setzt’s euch her, samma mehr“, steht einladend in dem grün gestrichenen Schaukasten neben der Eingangstür. Drinnen ist es voll an diesem Mittwochmittag, doch der Ober im weißen Hemd entdeckt mit geübtem Blick einen freien Stuhl an der großen Tafel. An ihrem Kopfende verspeist andächtig eine Frau ihre Buchteln mit Vanillesauce, neben ihr schreibt eine Jugendliche hinter einem großen Häferl Kaffee in ihr Notizbuch. Auf kleinen Sofas und zusammengewürfelten Flohmarktstühlen sitzen Paare und Freundesgruppen, Ältere und Jüngere, stechen Kinder Kuchengabeln in Tortenstücke. Hinter der Theke lassen Senior:innen in Schürzen und mit bunten Kopftüchern Rührbesen durch Teigschüsseln gleiten und fragen nach Kuchenwünschen. Ein Grundrauschen aus Gesprächsfetzen, Lachen und Tellerklappern flutet den Raum.

Willkommen in der Vollpension. Das Kaffeehaus in der Wiener Schleifmühlgasse, nur ein paar Schritte vom Naschmarkt entfernt, ist kein normales Café, sondern ein Sozialunternehmen. Die Vollpension will ein gesellschaftliches Problem lösen: Omas und Opas backen und kellnern im Team mit jungen Leuten, so verdienen

sich die Senior:innen etwas zu ihren viel zu niedrigen Renten hinzu. An den Tischen drinnen und draußen laben sich die Gäste an Mehlspeisen, die wie zu Hause bei den Großeltern schmecken. Die Vollpensions-Effekte sind, kurz zusammengefasst: aktive Teilhabe statt Einsamkeit im Alter. Selbstermächtigung durch sinnvolles Tun statt Altersarmut. Dialog zwischen Generationen statt Kluft zwischen Alt und Jung. Wohlfühlgefühl im öffentlichen Wohnzimmer statt Großstadt-Anonymität.

Moriz Piffel-Percevic, die Haare aufgestellt vom Fahrrad-Fahrtwind, nimmt unter gerahmten alten Familienfotos auf einem blumengemusterten Sofa Platz. Er braucht ein großes Wasser, und einen Espresso. Piffel-Percevic gehört zu dem Gründungsteam der Vollpension. Zwei Cafés betreiben er und seine Co-Gesellschafter:innen inzwi-

schen in Wien, bieten Backkurse (die „OMasterclasses“), Torten auf Bestellung, Firmen-Caterings und Team-Events. Ihren Anfang fand die ganze Idee, passenderweise, in einer Teeküche. Und zwar in der des Impact Hub Wien in der Lindengasse. Dort traf Moriz Piffl-Percevic 2012 auf Menschen wie Julia Krenmayr und David Haller, die schnell zu Mistreiter:innen wurden und heute Geschäftsführerin und Schichtleiter im Generationencafé sind. „Im Impact Hub habe ich von seiner Co-Gründerin Alexis Eremia zum ersten Mal den Begriff Social Business gehört“, sagt Piffl-Percevic und nippt an seinem Espresso. „Das war sehr wichtig für uns. Denn dieses Konzept hat maßgeblich zur Gründung der Vollpension beigetragen.“

Damals stellte er gemeinsam mit Mike Lanner unter dem Label „Gebrüder Stitch“ ökofaire Jeans her. Bei einem trockenen Stück Kuchen in einem Kaffeehaus kam ihnen die Idee für die Vollpension. Sie öffneten ihr Atelier 2012 im Rahmen der Vienna Design Week eine Woche lang als Pop-Up-Oma-Café. Die Leute standen Schlange, um ein Stück vom Eierlikörkuchen zu ergattern. Schnell war klar: Die Vollpension soll eine fixe Institution werden. Doch wie? Wieder fanden Piffl-Percevic und Lanner Inspiration und Unterstützung im Impact Hub – dort begegneten sie Hannah Lux, bewandert im „Auf-den-Boden-Bringen gesellschaftlich-relevanter Projekte“, heute Gesellschafterin der Vollpension. Der Rest ist Geschichte: 12 Jahre und zwei Läden später haben bereits mehr als 100 Senior:innen in der Vollpension gebacken und über eine Million Menschen dort gesessen und gegessen.

Wo steht die Vollpension heute? „Wir sind sozial sehr erfolgreich“, sagt Moriz Piffl-Percevic. „Organisatorisch wie betriebswirtschaftlich ist noch nicht alles so, wie es sein sollte.“ Er erlebt immer wieder, dass der Begriff „Sozialunternehmen“ Missverständnisse auslöst: Die Vollpension wird als Sozialprojekt wahrgenommen, gefördert von der öffentlichen Hand oder aus Spenden. „Manche Gäste sagen: Für ein soziales Projekt ist der Kuchen aber ganz schön teuer! Aber das Gegenteil ist wahr: Wir finanzieren uns zu 100 Prozent aus unseren eigenen Umsätzen. Und in unserem Kuchen stecken viel mehr Arbeitszeit und Komplexität als anderswo – das Stück müsste eigentlich 15 oder 20 Euro kosten.“

In der Teeküche des Impact Hub fing es einmal an. Die Verbindungen sind geblieben, enge persönliche Freundschaften entstanden. „Die zwischenmenschlichen Bande, die wir damals geknüpft haben, ermöglichen heute noch vieles“, sagt Moriz Piffl-Percevic. Alexis Eremia, Mitgründerin des Impact Hub, erinnert sich noch an die erste Begegnung mit den Vollpensionisten in der Lindengasse. „Ich dachte sofort: Was für eine bestechend schöne Idee!“, sagt sie. „Warum ist darauf vorher noch niemand gekommen?“

So kann's gehen!

2012

Erster Kontakt mit dem Impact Hub, Moriz und Mike treffen auf inspirierende Community, lernen Begriff Social Business kennen – sowie Julia Krenmayr und David Haller

2014

Vollpension soll feste Einrichtung werden, Moriz und Mike suchen Partner:in – und werden wieder im Impact Hub fündig: Hannah Lux

Hannah, Julia, Moriz und Mike gründen GmbH

2015

Erstes dauerhaftes Café wird im Sommer eröffnet

Entwicklung eines funktionierenden Social-Business-Systems für Generationencafé

2019

Über 350 ältere Menschen bewerben sich, soziale Thematik hinter der Vollpension wird noch einmal deutlich

2020

Corona: Beide Cafés müssen vorerst schließen
Problem: Einkommen der Senior:innen sichern
Lösung: Crowdfunding + Live-Online-Backkurse
Start der „Backademie“ im Internet, digitale Back-Masterclass-Kurs

2022

„Wir freuen uns einen Haxen aus“: 10-jähriges Jubiläum der Vollpension

2024

Neue Partnerschaften, u. a. Kooperation mit Supermarkt SPAR

2025

„Tour durch ganz Österreich mit öffentlichem Wohnzimmer, beauftragt vom Sozialministerium

Vorbereitung für Expansion in weitere Städte, Franchisenehmer:innen gesucht

JENSEITS DES TUNNELBLICKS

Um die Klima- und Biodiversitätskrise erfolgreich zu bewältigen, müssen wir unseren menschlichen Tunnelblick überwinden und eine umfassendere, naturbasierte Strategie verfolgen, die auch auf Zusammenarbeit beruht. Hier kann der Impact Hub eine wesentliche Rolle spielen. Ein Essay von Thomas Vellacot.

Wir haben uns so an Berichte über den Klimakollaps und die Zerstörung der Natur gewöhnt, dass es einfach ist, zu vergessen, welche existenzielle Bedrohung sie für die Natur und den Menschen gleichermaßen bedeutet, wobei die Schwächsten am stärksten darunter leiden.

Wir verschärfen die Klima- und Biodiversitätskrise durch die Art und Weise, wie wir darüber sprechen. Zu oft bedienen wir uns einer Weltuntergangsrhetorik, die suggeriert, die Situation sei hoffnungslos, womit wir die Wahrscheinlichkeit erhöhen, dass Menschen mit Apathie reagieren. Oder wir bestehen darauf, dass die Krise eine Rückkehr zu einem Goldenen Zeitalter in der Vergangenheit bedingt – kaum eine wirkungsvolle Art, die Zukunft zu gestalten. Wenn wir über Systemwandel diskutieren, fokussieren wir fast ausschließlich auf den Menschen, während wir die Milliarden anderer Arten auf der Erde als kaum mehr als Ressourcen behandeln, die uns zur Verfügung stehen, ohne eigene Handlungsfähigkeit.

Wir müssen diese engstirnige, auf den Menschen ausgerichtete Sichtweise hinter uns lassen. Der Anthropozentrismus ist ein prägendes Merkmal der aktuellen Krise. Nur wenn wir unseren Blickwinkel radikal erweitern, können wir sie überwinden. Wir müssen vom „Ich“ zum „Wir“ übergehen, aber zu einem weitaus umfassenderen „Wir“, als wie wir es normalerweise verstehen. Wir müssen uns auf die Natur in all ihren Formen konzentrieren, menschlichen und nicht-menschlichen. Drei Maßnahmen können uns helfen, zu einer umfassenderen, naturbasierten Strategie überzugehen. Die erste besteht darin, die einfache Tatsache anzuerkennen, dass wir Teil der Natur sind. Es gibt keine „Umwelt“, kein „Environment“. Es existiert keine Grenze zwischen uns und dem Rest der Natur. Ich meine das nicht im esoterischen Sinne. Es ist einfach eine Erinnerung daran, dass unsere Körper selbst Metaorganismen oder

Ökosysteme sind. Mehr als die Hälfte der Zellen in und auf meinem Körper bestehen aus Mikroben, ohne die ich (oder wir) kein gesundes Leben führen können. Was auf mikrobieller Ebene gilt, trifft auch auf gesellschaftlicher Ebene zu. Wenn Städte wie Paris oder London die Luftverschmutzung reduzieren und der Natur mehr Raum zur Entfaltung zugestehen, verbessern sie die Gesundheit sowohl der menschlichen als auch der nicht-menschlichen Bevölkerung der Stadt. Unternehmen sind auf gesunde Ökosysteme angewiesen, um die Sicherheit ihrer Lieferketten und ihre langfristige Lebensfähigkeit zu erhalten. Die Weltgesundheitsorganisation spricht von „One Health“: Menschen können nicht gedeihen, während der Rest der Natur stirbt.

Die zweite Maßnahme besteht darin zusammenzuarbeiten wie nie zuvor. Ökosysteme funktionieren durch ein dynamisches Zusammenspiel von Wettbewerb, Anpassung und Zusammenarbeit, wobei symbiotische Beziehungen eine zentrale Rolle spielen. Da wir als Menschen Teil der Natur sind, ist Zusammenarbeit ein unverzichtbares Instrument für uns. Bei dieser Art von Zusammenarbeit geht es nicht darum, bequem in einer Blase gleichgesinnter Akteure zu existieren. Es geht vielmehr darum, Koalitionen zu bilden, die breit genug sind, um Märkte zu bewegen und politische Systeme zu transformieren.

Dazu müssen wir über Sektoren, Länder und politische Gräben hinweg kooperieren. Eine solche Zusammenarbeit ist das Gegenteil der heutigen vergifteten Kulturkriege: Es geht nicht darum, wer recht und wer unrecht hat, sondern darum, gemeinsam Lösungen in großem Maßstab zu entwickeln und umzusetzen. Die Science-based Targets Initiative (SBTi) ist ein Beispiel für eine solche Zusammenarbeit. Die SBTi hilft Unternehmen, die zusammen mehr als 40 Prozent der globalen Marktkapitalisierung ausmachen, glaubwürdige Klimaziele zu setzen.

Wir sollten uns jedoch nicht auf die Zusammenarbeit zwischen Menschen beschränken. Wir können ebenso gemeinsam mit nicht-menschlichen Akteuren Lösungen entwickeln. In Städten, die nach besserem Schutz vor schweren Überschwemmungen suchen, stellt sich oft heraus, dass die Renaturierung von Feuchtgebieten oder das Anpflanzen von Mangroven wirkungsvollere und kostengünstigere Maßnahmen sind als der Bau immer höherer Dämme.

Die dritte Maßnahme wendet eine umfassendere, naturbasierte Sichtweise auf die Führung von Organisationen an. Teil der Natur zu sein, hat tiefgreifende Auswirkungen darauf, wie Organisationen Erfolg definieren, mit ihren Ressourcen umgehen und Entscheidungen treffen. Die Natur entwickelt sich seit vier Milliarden Jahren. Statt dass wir Organisationen wie Maschinen behandeln und sie mittels simplistischer Ursache-Wirkungs-Modelle führen, können wir stattdessen Methoden wie Experimentieren und Prototyping anwenden. Diese sind viel besser auf die komplexen adaptiven Systeme ausgerichtet, von denen wir Teil sind. Wir können die Ränder unserer Organisationen als Innovationszentren betrachten, so wie die Biodiversität in Räumen wie Gezeitenzonen, in denen sich verschiedene Ökosysteme überschneiden, besonders gedeiht.

Schließlich sollten wir aufhören, unsere eigenen Vorurteile auf die Natur zu projizieren und pseudowissenschaftliche Konzepte wie den „Alpha-Wolf“ zu schaffen – die wir dann für das Design sozialer Systeme reimportieren. Stattdessen können wir von den Prozessen lernen, die Ökosysteme tatsächlich prägen, zum Beispiel wenn Arten wie der Biber als Ökosystemingenieure fungieren und reichhaltige Lebensräume schaffen, in denen die Biodiversität gedeiht.

Impact Hub setzt viele dieser Prinzipien bereits seit Jahren in die Praxis um und fördert lebendige Ge-

meinschaften, die sich über Branchen und Länder hinweg erstrecken und über Organisationsgrenzen hinweg zusammenarbeiten, um eine nachhaltige Wirkung zu erzielen. Dies ist ein fortlaufender und anspruchsvoller Lernprozess. Durch die Entwicklung einer breit angelegten, naturorientierten Strategie kann Impact Hub gemeinsam mit anderen die auf den Menschen beschränkte Sichtweise überwinden und die eigene Wirkung auf eine neue Ebene heben.



THOMAS VELLACOTT

hatte als Kind große Freude daran, die Natur zu entdecken, und trat als Mitglied und Freiwilliger in den WWF ein. Seine berufliche Laufbahn begann er im Bank- und Beratungswesen, bevor er zum WWF wechselte, wo er heute als CEO von WWF Schweiz tätig ist. Er lebt in Zürich und entdeckt immer noch mit Freude die Natur und trägt zu ihrem Gedeihen bei. Thomas leitete über viele Jahre das Advisory Board des globalen Impact Hub Netzwerks.

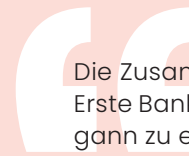
ERSTER PARTNER

Seitdem der Impact Hub seine ersten Schritte machte, sind sie und die Erste Bank-Gruppe ein unzertrennliches Purpose-Paar. Eine Beziehung, die auf beiden Seiten reichlich Früchte trug – und die mit dem neuen Programm „Marc“ das nächste Level erreicht.

Eigentlich, so behauptet der Volksmund, sagt ein Bild mehr als tausend Worte. In diesem Fall ist es eine Zahl. Wer die Bedeutung der Aktivitäten der Erste Group für soziale Unternehmen und andere soziale Organisationen in Österreich und in Ost- und Südosteuropa verstehen möchte, sollte einen Blick in den Impact Report 2025 der Gruppe im Bereich Social Banking werfen: „800 Millionen Euro für die Finanzierung und Unterstützung derjenigen, die oft übersehen werden“ ist dort zu lesen. Eine gewaltige Zahl für mehr als 15 Jahre Finanzaktivitäten – deren Anfang in den Jahren 2009/2010 lag. „Mit der Finanzierung des Impact Hub hat alles begonnen“, sagt Florian Bauer, Executive Director Social Finance und Impact Investment bei ERSTE Stiftung und bei Erste Social Finance. „Seitdem ist dieser Bereich kontinuierlich gewachsen.“

Das Engagement der Erste Group, insbesondere ERSTE Stiftung und Erste Bank Social Banking kommt nicht von ungefähr. Die sozialen Wurzeln der Bank, die heute mit 23 Millionen Kund:innen in acht Ländern eine der größten börsennotierten Bankengruppen in Zentral- und Osteuropa ist, reichen weit zurück: Die ursprüngliche „Erste oesterreichische Spar-Casse“ wurde 1819 ausdrücklich mit einer sozialen Mission gegründet und sollte auch Menschen mit wenig Geld – Arbeiter:innen, Dienstbot:innen, armen Familien – ermöglichen, zu sparen und sich gegen Krankheit, Arbeitslosigkeit oder Notfälle abzusichern. Also in einer Zeit, als es noch keine Sozialversicherung gab. Der Gründungsgrundsatz: „Kein Alter, kein Geschlecht, kein Stand, keine Nation ist von den Vorteilen ausgeschlossen, welche die Spar-Casse jedem Einlegenden anbietet.“

Für die damalige Zeit eine Revolution, „weshalb einige sogar sagen, dass auch wir als Sozialunternehmen gestartet sind“, sagt Florian Bauer. „Die Stiftung ist ein wenig die Nachfolgerin dieses initialen Wertegedan-



Die Zusammenarbeit zwischen Erste Bank und Impact Hub begann zu einer Zeit, in der Social Entrepreneurship in Österreich echte Pionierarbeit war. Seit dem Start des Impact Hub im Jahr 2010 – unterstützt durch Erste Bank und ERSTE Stiftung – verbindet uns der gemeinsame Anspruch, unternehmerisches Denken konsequent mit gesellschaftlicher Wirkung zu verbinden.

Peter Bosek, Vorstandsvorsitzender der Erste Group

„Das Mindset findet sich in der gesamten Gruppe wieder: Existenzgründer:innen und Kleinstunternehmer:innen, soziale Organisationen und Menschen in finanziellen Schwierigkeiten werden sowohl im Bankbereich „Social Banking“ als auch darüber hinaus in der „Erste Social Finance“ unterstützt. Letztere ist als eigene Organisation – weder eine Philanthropin wie die Stiftung noch eine Bank, die also weder dem Stiftungsgesetz noch den Bankenregularien unterworfen ist – ein einmaliges Konstrukt in der europäischen Bankenwelt. Bauer sagt: „Es ist der Sweet Spot.“

Mit dem ersten Social-Banking-Kredit für den Aufbau des Impact Hub betrat die Bank mit der Unterstützung sozialer Unternehmen Neuland, das sie seitdem kontinuierlich erkundet, ausgebaut und bestellt hat. „Dieser Bereich wurde von Beginn an getrieben und begleitet von den Vorständen der ERSTE Stiftung und der Bank“, sagt Carmencita Nader, Head of Social Banking Erste Bank und Sparkasse. „Heute sind wir Marktführer bei Social-Banking-Finanzierung, ein wachsendes Segment.“

Derzeit arbeite man mit einigen Hundert sozialen Organisationen zusammen, so Nader. Die Bedingung: „Die intendierte Wirkung muss mit dem Ziel der Profiterzielung gleichrangig oder übergeordnet sein. Unsere Sozialunternehmen sind keine Gewinnmaxi-

mierer.“ Gleichwohl unterliegen sie einer strengen Prüfung – die aber abgekürzt werden kann: Organisationen, die wie die Erste Social Finance als Verified Social Enterprise (VSE) durch die Austria Wirtschaftsservice Gesellschaft, die Förderbank des Bundes, zertifiziert sind, bringen bereits wichtige Nachweise mit, „was unsere Prüfung spürbar erleichtert“, so Nader.

Für den Impact Hub Wien und seine Labs, das globale Impact Hub Netzwerk und den gesamten Sektor ist die Erste, wie sie alle nur nennen, die zentrale Finanzpartnerin: Sie unterstützt im Rahmen der Kooperation Social Entrepreneurs mit Finanzierungsangeboten, Beratung und Mentoring, tritt im Rahmen von Veranstaltungen wie etwa den „Impact Days“ als Partnerin auf, finanziert Publikationen und teilt ihre Expertise in den Programmen des Impact Hub.

Das aktuellste gemeinsame Projekt trägt den Namen Marc Impact Programm, das seit 2024 im CCE-Raum ausgerollt wurde und dessen Ankerpartner in Österreich der Impact Hub ist. „Das Programm soll Impact-Unternehmen innerhalb von acht Monaten mit wesentlichen Werkzeugen ausstatten – vom betriebswirtschaftlichen Know-how bis hin zum Zugang zu Finanzierungen“, erläutert Florian Bauer. Zum einen unterstützt man Unternehmen mit erfolgreichen Business-Cases bei der Verbesserung der Wirkungsmodelle, zum anderen Unternehmen mit einer guten Wirtschaftslogik beim Optimieren des Geschäftsmodells.

Es ist eine Initiative, die auf Erfahrung beruht. Bauer: „Unternehmen, die an Lösungen für soziale Probleme oder an Nachhaltigkeitsthemen arbeiten, haben häufig noch immer Schwierigkeiten, geeignete Finanzierungen zu erhalten. Oft fehlen ihnen auch Know-how und wirtschaftliche Skills, um mit ihren Plänen Investoren zu überzeugen. Marc soll diese Lücke schließen.“ 60 soziale Organisationen haben die ersten beiden Marc-Programme bisher durchlaufen. Mit Erfolg: 4,5 Millionen Euro Investments sind seither insgesamt an sie geflossen, allein 2,1 Millionen Euro aus der Erste-Familie.

Was auch politisch eine nicht zu unterschätzende Bedeutung hat: Viele NGOs zum Beispiel hängen am Tropf von Fundraising und öffentlichen Förderungen. „Nicht wenige, vor allem autokratische Regierungen in Osteuropa streichen zunehmend ihre Zuwendungen“, so Bauer. „Förderungen sind ein politisches Steuerungsinstrument.“ Gerade dann müssen diese Organisationen aber dabei unterstützt werden, auch unternehmerisch tätig zu werden – Marc ist da eine Option, genau das zu lernen.

Und wer weiß, vielleicht zündet in Zukunft ja auch eine weitere Idee zugunsten dieser und weiterer Organisationen: Gemeinsam mit den Impact Hubs Tirol und Wien hat man eine Initiative gestartet, die Philan-

throp:innen mit eben diesen sozialen Organisationen aus dem gesamten Impact Hub-Netzwerk zusammenbringen will. Ein Netzwerk, das Bauer übrigens als „Core Asset“ des Impact Hub bezeichnet: „Die haben ein wahnsinnig gut kuratiertes Netzwerk an Menschen und Organisationen, mit denen sie glaubhaft arbeiten“, so Florian Bauer. „Deshalb sind sie ein extrem wichtiger Partner für uns.“



CARMENCITA NADER

ist Head of Social Banking Erste Bank und Sparkasse. Dort bewegt sie sich an der Schnittstelle von Strategie, Vertrieb und Transformation. Sie ist seit 2010 bei der Erste-Familie.



FLORIAN BAUER

ist Executive Director Social Finance und Impact Investment bei ERSTE Stiftung und bei Erste Social Finance. Seine vorherigen beruflichen Stationen waren u. a. Siemens, REEEP und Impact Hub Wien.

DIE WIEGE DES ERFOLGS

Der Impact Hub kann für Unternehmen eine gute Startrampe in Aufbau und Wachstum sein. Wie zum Beispiel für aWATTar: Der grüne Stromanbieter machte seine ersten Schritte im Co-Working Space – und gilt heute als etablierte Marke in Österreich.

Und da sage noch jemand, dass diese handgeschriebenen Zettel an Laternenmasten, Korktafeln im Café oder dem schwarzen Brett in einer Firma nichts bringen. Es war 2014, als ein gewisser Simon Schmitz im Impact Hub einen Zettel aufgehängte: „Suche Elektronikunterstützung für neue Geschäftsidee.“ Peter Netbal, eigentlich Verkehrsmanager, versuchte sich gerade an einem Start-up im Bereich Verkehrssensorik und Elektronik, das sich aber „bald schlafen legte“, wie er sagt. Auch deswegen kümmerte er sich ein wenig um die IT des Impact Hub. „Denn natürlich hat damals noch nichts richtig funktioniert.“

Mit anderen Worten: Er war offen für Neues – und meldete sich bei Schmitz. Es war nicht nur der Beginn einer fruchtbaren Zusammenarbeit, sondern auch der Anfang eines bis heute erfolgreichen Unternehmens im Bereich der Erneuerbaren Energien: aWATTar.

„Die Idee von aWATTar war ganz simpel und hat sich seit Gründung eigentlich nicht sehr geändert“, sagt der heutige CTO des Unternehmens. Die Kurzversion: Als – damals erster – Stromanbieter in Österreich bietet aWATTar günstigen und grünen Strom zu den Stunden an, in denen viel erneuerbare Energien verfügbar sind. Scheint die Sonne und weht viel Wind, gibt es entsprechend viel Strom aus Solar- und Windkraft, der Strom wird günstiger – und das auch für die Kund*innen, weil aWATTar die günstigen Preise an sie weitergibt. Das Ziel dahinter: „Wir wollen, dass mehr Erneuerbare Energien genutzt und damit auch ausgebaut werden“, so Netbal. Ein Katalysator der Energiewende.

Und erfolgreich: aWATTar erwirtschaftet heute einen mittleren zweistelligen Millionen-Umsatz im Jahr, hat mehrere Zehntausend Kund:innen, ist seit 2019 auch in Deutschland aktiv – und gehört seit 2022 vollständig dem Unternehmen Tado, einem Anbieter für smartes Heizen und Energiemanagement aus München und in 20 Ländern aktiv. Eine Erfolgsstory. Netbal sagt es so:

„aWATTar ist in Österreich schon ein bisschen zu einer Marke geworden.“

Lässt sich sagen, welchen Anteil daran der Impact Hub hatte? Da war 2015 zum einen das Programm „greenstart“, ein Start-up-Programm des Klima- und Energiefonds, das durch den Impact Hub durchgeführt wurde und über das sie 15.000 Euro einsammeln konnten. Doch viel entscheidender war: „Der Impact Hub schafft eine Umgebung, in der alle etwas vorantreiben wollen. Da ist ein Drive, von dem alle profitieren.“ Das habe zusammengeschweißt, man habe sich viel ausgetauscht, auch in schwierigen Phasen unterstützt und die „gemeinsame Leidenschaft“ ergründet.

Damals noch alles informell. Die gegenseitige Unterstützung erfolgte beim Mittagessen oder beim Kaffee, man habe sich verstanden gefühlt, konnte über Förderprogramme und Finanzierungsthemen reden, tauschte Kontakte aus. Und auch das gemeinsame Mindset half: „Wir alle wollten gleichzeitig Geld verdienen und alle etwas im jeweiligen System zum Wohle der Gesellschaft bewegen. Das Wesentliche aber war“, erinnert sich der CTO, „dass der Impact Hub den Rahmen und die Umgebung dafür geschaffen hat. Und das tut er ja bis heute.“

Kein Wunder, dass aWATTar in der unmittelbaren Nachbarschaft geblieben ist, als man zu groß wurde und die Mitarbeitenden die anderen Member mit ihrer Lautstärke zu nerven begannen

„und man nicht mehr so beliebt war“. Es war eine Zeit, als der Impact Hub dauernd „bumsvoll“ war und „man der Dumme war“, wenn man erst um acht Uhr auf der Matte stand und alle Plätze bereits belegt waren.

Also zog man in das Stockwerk über der Co-Working-Ebene, man sei noch immer Impact-Hub-Member, so dass die Mitarbeitenden die Küche mitnutzen und sich austauschen können, wenn man denn mag. Netbal: „Und vielleicht spüren sie ja auch diese besondere Atmosphäre, diese Energie.“ Was für einen Stromlieferanten ja dann auch passend wäre.

Die erfolgreichen aWATTar-Gründer Simon Schmitz (l.) und Peter Netbal.



Kraftvoller Weg

2014

Erster Kontakt mit dem Impact Hub: Simon Schmitz findet im Impact Hub seinen Mitgründer Peter Netbal.

2015

aWATTar wird im greenstart-Programm des Klima- und Energiefonds ausgezeichnet und erhält wichtige Anschubunterstützung.

aWATTar startet als Pionier für dynamische Ökostromtarife in Österreich.

2019

Das Unternehmen expandiert erfolgreich nach Deutschland.

2022

aWATTar wird vollständig von Tado übernommen.

Heute

aWATTar ist eine etablierte Marke mit Zehntausenden Kund:innen.

HEBEL FÜR MEHR WIRKUNG

Die Wirtschaftsagentur Wien ist seit vielen Jahren enge Partnerin des Impact Hub und seiner Labs. Doch die Zeiten haben sich seitdem geändert. Ein Gespräch mit Geschäftsführer Dominic Weiss über die Bedeutung von Partnerschaften, Wirkungsmessung und die Folgen knapper Kassen.

Seit Jänner 2025 leitet Dominic Weiss die Wirtschaftsagentur Wien mit seinen rund 200 Mitarbeitenden, die Gründer:innen und bestehende Unternehmen in Wien und der Metropolregion durch Beratung, Förderung und Standortentwicklung unterstützt. Das Ziel: die wirtschaftliche Zukunft der Stadt zu stärken.

Herr Weiss, erinnern Sie noch, wann der Impact Hub zum ersten Mal auf Ihrem Radar erschien?

Schon, allerdings war ich noch nicht in dieser Funktion. Ich weiß aber natürlich, dass die Wirtschaftsagentur seit 15 Jahren Partnerin vom Impact Hub und jetzt auch der Labs ist, vor allem Climate Lab und Future Health Lab. Wir waren von Anfang an nicht nur finanziell engagiert, sondern auch eine Ermöglicherin.

Das Engagement für den Impact Hub ist trotzdem erstaunlich angesichts der vielfältigen Tätigkeitsfelder der Wirtschaftsagentur.

Die Wirtschaftsagentur Wien setzt sich dafür ein, Unternehmenswachstum voranzutreiben und der Impact Hub war ein wichtiger Partner dabei. Tausende neue Unternehmen, Millionen Euro an Investitionen und fast zehntausend neue Arbeitsplätze: ein Erfolg, getragen von Social-Impact-Innovator:innen, die gleichzeitig gesellschaftliche Transformation vorantreiben.

Aber natürlich besteht unser Kerngeschäft darin, Flächen und Betriebsgründe für Wiener Unternehmen und passgenaue Angebote und Förderinstrumente für die Unternehmen in Wien bereitzustellen. Allerdings ist unsere Aufgabe noch breiter zu verstehen, nämlich Innovationskraft, Wettbewerbsfähigkeit und Zukunftsfähigkeit des Standorts zu sichern. Viele der zentralen Innovationsfelder von heute wie Klima, Gesundheit und soziale Innovation, Digitalisierung entstehen an dieser Schnittstelle. Unsere Rolle ist nicht,

alles selbst zu machen, sondern auch die richtigen Strukturen zu stärken.

Und das Thema Social Entrepreneurship gehört dazu?

Wien hat eine lange Tradition sozialen Unternehmertums – lange bevor es so genannt wurde. Social Entrepreneurship knüpft heute an diese Geschichte an und übersetzt das soziale Erbe der Stadt in innovative unternehmerische Lösungen. Daher war der Impact Hub beim Thema soziale Verantwortung gepaart mit wirtschaftlicher Nachhaltigkeit von Anfang an der zentrale Partner.

Man muss nicht alles selbst machen?

Natürlich nicht, das wäre weder effizient noch zeitgemäß. Die Stadt gibt Richtung, Ziele und Rahmenbedingungen vor, die Umsetzung gelingt dann oft gemeinsam in Kooperationen mit starken Partner:innen als Hebel für mehr Wirkung. Um gerade im Bereich Social Entrepreneurship innovativ zu sein, braucht es Akteur:innen wie den Impact Hub, der nah an den Unternehmen und Communitys ist. Für den Impact Hub waren wir immer eine konstante Partnerin.

Weil sie das Thema Social Entrepreneurship als ein Zukunftsthema sehen?

Es gehört auch zu unserem Auftrag, dort voranzugehen, wo neue Themen entstehen und der Markt noch nicht vollständig ausgereift ist. Gerade in solchen Phasen heißt Standortentwicklung auch: Dinge ausprobieren, Pilotprojekte ermöglichen und neue Felder aktiv mitgestalten. Genau deshalb steht Wien in vielen seiner heutigen Stärkefelder dort, wo es steht, weil die Wirtschaftsagentur diese Entwicklung früh begleitet und mitgeprägt hat. In diesem Sinne verstehen wir uns eben nicht nur als Förderstelle, sondern auch als gestaltende Akteurin.

Trotzdem werden Sie an Wachstum, Investitionsvolumen und Arbeitsplätzen gemessen.

Natürlich! Und das ist kein Widerspruch, denn Wachstum, Investitionen und Beschäftigung sind zentrale Zielgrößen für uns als Wirtschaftsagentur und für die Stadt. Entscheidend ist, in welchen Bereichen dieses Wachstum stattfindet. Wenn die Wirtschaftsagentur das Thema Food Innovation fokussiert, tun wir das nicht, weil wir Foodys sind, sondern weil wir Daten-evidenzbasiert wissen, wie sich der Bereich entwickeln wird. Als Standortagentur wissen wir sehr gut, wohin die wirtschaftliche Reise geht. Wir wollen wirtschaftliche Dynamik dort fördern, wo sie langfristig tragfähig ist: in nachhaltigen Technologien, Life Sciences, Digitalisierung, Kreislaufwirtschaft oder der urbanen Produktion. Impact soll kein Zusatz, sondern ein Qualitätsmerkmal von Wachstum sein.

Wir leben derzeit in schwierigen Zeiten. Was bedeutet das für die Wirtschaftsagentur und ihre Partner?

Die Rahmenbedingungen sind zweifellos herausfordernd, wirtschaftlich wie geopolitisch. Gerade in solchen Phasen ist eine starke öffentliche Hand wichtig, die Stabilität bietet und gezielt investiert. Für die Wirtschaftsagentur bedeutet das: Prioritäten schärfen und Ressourcen wirksam einsetzen, um Unternehmen durch diese Transformationsphase zu begleiten. Das gelingt mit Wirkungsmessung, KPIs und Zielindikatoren. Inhouse sind wir gerade in einem intensiven Prozess, den ich angestoßen habe.

Also wird sich auch der Impact Hub künftig stärker messen lassen müssen?

Gerade in wirtschaftlich schwierigen Zeiten wird deutlich, wie wichtig nachhaltiges Wirtschaften und Social Entrepreneurship sind, aber natürlich ist das ein Feld, das sich nicht kurzfristig in klassische Kennzahlen messen lässt. Wertschöpfung, Arbeitsplatzgenerierung und Investitionsvolumen greifen hier zu kurz. Impact-orientierte Unternehmen sind „on the long run“ für einen Standort essenziell, auch wenn die Renditelogik natürlich eine andere ist. Es liegt in unserer und in der Verantwortung der Stadt Wien, in Generationen zu denken. Ich will aber offen sagen: Diese langfristige Sichtweise gegen kurzfristige Erwartungshaltungen zu verteidigen, ist nicht immer einfach.

Wünschten Sie sich mehr privates Kapital in dem Bereich?

Ich glaube, noch ist es wichtig, dass das Budget für den Impact-Sektor auch in den Händen der öffentlichen

Hand liegt, weil wir in der Lage sind, eine andere Entscheidung zu treffen als Venture-Kapital. Aber es braucht auf jeden Fall privates Kapital, das längerfristig denkt und gesellschaftliche Wirkung als Teil der Rendite versteht. Unsere Aufgabe ist es, hier Brücken zu bauen und attraktive Rahmenbedingungen zu schaffen.

Trotzdem wird ein anderer Wind wehen?

Ja, die Zeiten werden härter. Die zentrale Frage ist: Wie kann ich die geringeren Ressourcen so anders einsetzen, dass wir insgesamt besser werden. Das ist mein Anspruch, das treibt uns an. Und da werden wir unsere Kooperationspartner:innen mit einbinden.

Werden Sie Ihre Aktivitäten im Public-Private-Bereich zurückfahren?

Grundsätzlich: Public-Private ist sicherlich Teil unserer Zukunft. Um in einer so schnelllebigen, komplexen Zeit mit geringer werdenden Budgets und massiver Überforderung des Instrumentenkoffers erfolgreich zu sein, brauchen wir die Schulterschlüsse zwischen privat und öffentlich. Beides bedingt sich. Und der Impact Hub ist hier das beste Beispiel: Jeder bringt hier die richtigen Zutaten für den Kuchen mit.



DOMINIC WEISS

ist seit Jänner 2025 Geschäftsführer der Wirtschaftsagentur Wien, wo er bereits zwischen 2010 und 2012 beschäftigt war. Zuletzt war er CEO bei der UIV Urban Innovation Vienna GmbH, einem Unternehmen der Wien Holding.

AUF EIN WORT

Wie läuft die Zusammenarbeit? An welchen Themen arbeiten Sie gemeinsam?
Wie ist die Perspektive auf den Impact Hub? Antworten von ausgewählten Partnern.

Nachhaltige Wirkung entsteht dort, wo Menschen langfristig gesund und motiviert arbeiten können! Mit der **gemeinsamen Wellbeing-Initiative** ist es uns gelungen, ein Rauschen im Hintergrund zu spotlighten, das zentral für die Zukunft des Social-Entrepreneurship-Sektors ist. **Der Impact Hub zeigt eindrucksvoll, wie sich Wellbeing systemisch denken und konkret umsetzen lässt** – im Ökosystem, in der Community und in der eigenen Organisation. Besonders überzeugt hat mich der Ansatz, nicht bei individueller Resilienz stehen zu bleiben, sondern auch strukturelle Ursachen von mentaler Belastung sichtbar zu machen und zu adressieren. Diese Haltung lebt der Impact Hub in der eigenen Organisationskultur glaubwürdig vor und setzt so ein klares Zeichen an und in die Community. **Durch die geschaffenen Räume für Austausch, Lernen und Reflexion werden wichtige Impulse gesetzt**, die weit über einzelne Formate hinauswirken. Mentale Widerstandskraft und Wohlbefinden sind elementare Aspekte, um nachhaltig wirken zu können. Ich möchte daher ermutigen, auch hier Mitstreiter:innen zu finden, um Sozialunternehmertum in einer ganzheitlichen, gesunden Perspektive zu sehen.

Dr. Susanne Hillebrand – Gründerin der Hil Foundation

Biodiversität und Landwirtschaft sind die Kernzutaten für jede nachhaltige Gesellschaft. Investment in diese Themenfelder schafft die Grundlage für ein ökologisch orientiertes Wirtschaftssystem. Blüten des Österreich BILLA gemeinnützige Privatstiftung, Impact Hub und BirdLife Österreich haben sich dafür zusammengefunden und das **Werkstatt Innovation Natur #landwirtschaft** gestartet. WIN #landwirtschaft wird mit Unterstützung von Bund, Ländern und Europäischer Union umgesetzt, Programm Ländliche Entwicklung. Das WIN-Team führt die Sektoren Biodiversität, Landwirtschaft sowie Impact Investment und Start-up zusammen. Wir bringen messbaren Biodiversitätserfolg auf die Fläche und empoweren Bäuerinnen und Bauern. **Die erste österreichweite Innovationswerkstatt und durchgeführte Ausschreibung mit 70 Einreichungen und einem beantragten Projektvolumen von über € 2,5 Mio. zeigen, dass Nachfrage und der Spirit dazu in Österreichs Landwirtschaft vorliegen.** Die ersten finanzierten 15 Projekte starten 2026 mit ihren Aktivitäten.

Ronald Würflinger – Generalsekretär, Blühendes Österreich BILLA gemeinnützige Privatstiftung

Vor 8 Jahren startete unser gemeinsames Interesse an nachhaltiger Transformation und innovativen Ideen und wir bündelten unsere Kräfte und Ideen. **Heute sind die Impact Days weit mehr als ein Event. Es ist ein Raum des Austauschs, der Inspiration und des gemeinsamen Gestaltens.** Ein Ort, an dem unterschiedliche Akteur:innen zusammenkommen und aus Ideen konkrete Impulse für Wandel entstehen.

Angelika Delen – Head of Impact Solutions, Mercer

REDpreneur ist eine globale Plattform des Österreichischen Roten Kreuzes (ÖRK), die innovative Ansätze und unternehmerische Fähigkeiten innerhalb der Internationalen Rotkreuz- und Rothalbmond-Bewegung fördert. Ziel ist es, vulnerable Menschen durch unternehmerische und technische Kapazitäten zu befähigen, selbst zu lokalen Marktakteuren zu werden. Gleichzeitig unterstützt REDpreneur lokale Rotkreuz-Nationalgesellschaften beim Aufbau nachhaltiger Angebote vor Ort. **Seit 2021 wird das Programm mit mehreren Partnern und in enger Kooperation mit dem Impact Hub entwickelt und durchgeführt, eine Zusammenarbeit, die ein zentraler Bestandteil der Initiative geworden ist.** Der Impact Hub unterstützt das REDpreneur-Team bei der kontinuierlichen Weiterentwicklung und Durchführung des REDpreneur-Programms, insbesondere durch die Umsetzung von Veranstaltungen, Trainings, Workshops und Coachings, und hat dabei bisher über 100 Absolvent:innen in 39 Ländern unterstützt. Über das Programm hinaus hat die Partnerschaft gemeinsame Veranstaltungen sowie eine laufende Zusammenarbeit über verschiedene Initiativen hinweg ermöglicht und damit die Verbindung zwischen dem humanitären Sektor und dem Ökosystem des wirkungsorientierten Unternehmertums gestärkt. **Durch die Verknüpfung der humanitären Expertise von REDpreneur mit dem unternehmerischen Know-how und dem Netzwerk vom Impact Hub hat diese Partnerschaft eine Schlüsselrolle bei der Gestaltung, Umsetzung und Skalierung von REDpreneur in vielfältigen Kontexten gespielt und so zu dessen wachsender und langfristiger Wirkung beigetragen.**

Elin Baranyai-Ulvestad – REDpreneur Team Leader, Österreichisches Rotes Kreuz

Die Zusammenarbeit zwischen dem Büro für Mitwirkung und dem Impact Hub begann im Rahmen der Europäischen Demokratiehauptstadt 2024/25 und hat als Ausgangspunkt die gemeinsame Überzeugung, dass Beteiligung niederschwellig, offen und vielfältig sein muss. **In Kooperation setzen wir an den unterschiedlichen Standorten unsere Formate um** – von Demokratie-Fitness-Camps über Netzwerktreffen bis hin zu Beteiligungsstammtischen. So erreichen wir vielfältige Zielgruppen, machen unterschiedliche Perspektiven sichtbar und laden Menschen zur aktiven Mitgestaltung ein. **Die Wirkung zeigt sich in gewachsenen Netzwerken, gestärktem Vertrauen, und gemeinsam schaffen wir Räume, in denen demokratisches Miteinander konkret erfahrbar wird.**

Wencke Hertzsch, Referatsleitung Büro für Mitwirkung, Abteilung Energieplanung der Stadt Wien

Ich bin Philanthropin und arbeite seit 2018 mit dem Impact Hub zusammen. **Seit 2020 haben wir ein gemeinsames Programm**, das FABB Social Programm, bei dem ich als Programmleiterin und Mentorin mitwirke. Unser Fokus sind soziale Themen, die, wie wir glauben, Aufmerksamkeit brauchen. **Wir suchen Ventures, die in der Gesellschaft etwas zum Positiven verändern wollen, und arbeiten gemeinsam mit ihnen daran, ihre Business-Modelle zu entwickeln oder zu stärken.** Das Programm ist maßgeschneidert auf ihre Bedürfnisse: Wir gestalten eine passende Workshop-Reihe und bringen sie mit den richtigen Mentor:innen zusammen. Zum Abschluss findet ein Pitch Day statt, an dem wir Akteure einladen, die an den Start-ups interessiert sein könnten oder als wichtige Kontakte dienen können.

Für die teilnehmenden Ventures ist so ein Programm unglaublich wertvoll. Sie können netzwerken, sich mit Gleichgesinnten austauschen, bekommen Input, wo sie ihn brauchen, wenden das neue Wissen direkt an. Ich glaube, dass unternehmerisches Tun für den Einzelnen und die Gesellschaft Mehrwert schafft. Mit Impact Hub als meinem Partner und dem FABB Social Programm als mein Werkzeug versuche ich, einen kleinen Beitrag zu leisten.

Karin Granner – Philanthropin & Programmleiterin, FABB.social

BEGLEITER MIT KOPF UND HERZ

Kaum jemand anderes in Österreich kennt den Bereich von Social Entrepreneurship und Social Innovation aus Sicht der Forschung so wie Dr. Peter Vandor und Dr. Reinhard Millner von der WU Wien. Sie begleiten und beobachten den Sektor seit rund 20 Jahren – können also gut beurteilen, welche Rolle der Impact Hub in der Entwicklung des Sektors spielte und spielt. Ihre Einschätzung: „Zentral.“

Wissenschaftler sind nicht gerade dafür bekannt, leichtfertig etwas zu äußern. Es braucht Daten, Fakten, evidenzbasierte Nachweise. Wenn man Reinhard Millner also um seine Einschätzung bittet, welche Bedeutung der Impact Hub für den Bereich Social Entrepreneurship und Social Innovation in Österreich hat und seit wann man ihn – vielleicht – als so etwas wie die Spinne im Netz des Sektors betrachten könnte, schmunzelt er. Um dann den Laptop aufzuklappen und die Studie „Social Entrepreneurship in Österreich“ von 2013 aufzurufen. „Hier“, sagt der Leiter des Centers für Social Entrepreneurship und Soziale Innovation der Wirtschaftsuniversität Wien. „Seite 12, Abbildung 1.“

Damals hatte man 105 Social Entrepreneurs dazu befragt, mit welchen unterstützenden Organisationen sie vernetzt seien. In der Mitte der Grafik ist der Impact Hub zu sehen, von dem aus Dutzende Striche wie ein Strahlenkranz zu den Enterprises führen, mehr als von allen anderen Organisationen des damals aufstrebenden Sektors zusammen. Und auch zwei Seiten weiter, auf dem die Vernetzungen dieser Organisationen untereinander grafisch abgebildet sind, steht der Impact Hub im Zentrum. „Demnach kann man schon behaupten, dass der Impact Hub das Netzwerk und das Thema sehr stark mit aufgebaut hat“, sagt Peter Vandor, neben Millner Leiter sowie Mitgründer des Centers. „Seine Bedeutung liegt nicht nur in seiner Rolle als Unterstützer des Sektors, sondern auch darin, dass er den Diskurs über das Thema in den ersten Jahren maßgeblich mit aufgebaut hat.“

Die Wissenschaftler, beide seit rund 20 Jahren an der WU, kennen den Sektor aus einer Zeit, noch bevor man ihn als solchen bezeichnen konnte. Vandor war 2008 beim ersten Großevent Vision Summit mit Social-Business-Ikone und Friedensnobelpreisträger Muhammad Yunus (Grameen Bank) in Berlin dabei, später hat er

gemeinsam mit Millner den ersten Social-Entrepreneurship-Kurs überhaupt an einer Universität in Österreich angeboten, eine Seminarwoche im Forum Alpbach zusammen mit den Impact-Hub-Gründer:innen konzeptioniert und Millner sogar auf der Baustelle des Impact Hub „Holz poliert“ und Vandor Mauern eingerissen. Auch sie also: Pioniere der ersten Stunde.

Dass ihre Rolle eher die der wissenschaftlichen Begleiter ist, war dabei schon früh klar. Vandor entwickelte Anfang der 2010er Jahre etwa auf Grundlage der Wirkungslogik des globalen Impact Hub Netzwerks die Instrumente der Wirkungsmessung mit (siehe auch Seite 64), denn: „Die waren näher am Feld, wir näher am konzeptionellen Arbeiten und der Literatur.“ Und natürlich waren sie wie der Impact Hub eng angebunden, als es 2012 den ersten Multi-Stakeholder:innen-Dialog gab, bei dem Akteur:innen aus dem Feld zehn Forderungen an Politik, Wirtschaft und Stiftungen zur Förderung von Social Entrepreneurship formulierten und aus dem sich letztlich zwei „Stränge“, so Millner, entwickelten: „Der eine Strang führte zur Gründung des Social Entrepreneurship Network Austria, der Interessenvertretung SENA.“ In einer zweiten Arbeitsgruppe befasste man sich mit einer eigenen Rechtsform für Social Enterprises, was schlussendlich einige Jahre später im Verified Social Enterprise-Label (VSE) mündete, ausgege-

ben von der Austria Wirtschaftsservice Gesellschaft (aws), der Förderbank der Republik Österreich.

„Akademische Meilensteine waren dann sicher die Studie von 2015 über das Potenzial von Social Business in Österreich, die den ersten Social-Business-Call der aws evidenzbasiert unterfüttert hat“, so Millner. Seit 2022 gibt ihr Institut zudem als österreichischer Partner des europäischen Pendanten den Austrian Social Entrepreneurship Monitor (ASEM) heraus, eine Art Grundlagenstudie für den Sektor.

„Mit den Jahren hat sich der Bereich immer weiter entwickelt und ausdifferenziert“, bilanziert Peter Vandor. Was sich aber bereits in den ersten Jahren abgezeichnet, dann entwickelt und bis heute Bestand hat, ist die Bedeutung des Impact Hub dabei. Millner sagt ohne Umschweife: „Für den Sektor und fürs Ökosystem, im Besonderen in Wien, spielt er heute die zentralste Rolle.“ Was umso bemerkenswerter ist, weil es in Österreich und in Wien im Gegensatz zu anderen europäischen Staaten und Städten keine von der Politik formulierten Strategien gab und gibt und auch weil das philanthropische Netzwerk im Vergleich zu anderen Ländern große Lücken aufweist. „Man muss dem Impact Hub Respekt zollen, dass er sich seine Position im freien Markt erarbeitet hat“, sagt Vandor. „Er hat sich den Raum genommen, weil sich niemand sonst, auch nicht mit einem stärkeren Mandat, in Stadt und Land um ihn gekümmert hat.“

Ein weiterer Faktor für den Erfolg seien laut der beiden Wissenschaftler, dass man mit der Zeit die Begrifflichkeit „Social Entrepreneurship“ weiterentwickelt habe und nun vermehrt auch von „Impact Business“ und „Sozialer Innovation“ spreche – sicher auch im Zuge der Gründung der Labs, um für viele unterschiedliche Partner anschlussfähig zu sein und sektorübergreifend mit ihnen auf politisch neutralem Boden zu kooperieren. Reinhard Millner sagt: „Das war und ist im korporatistisch geprägten Österreich jedenfalls ein sinnvoller Weg.“

Und was bedeutet das für den gesamten Bereich? „Die Frage ist noch offen, ob der Sektor in Österreich unter dem Label Social Entrepreneurship oder einem anderen Begriff erfolgreich sein wird“, sagt Peter Vandor. „Ich habe nicht das Gefühl, dass der Begriff derzeit Konjunktur hat, die Praktiken und gesellschaftlichen Notwendigkeiten hingegen schon.“ Vielleicht ist es an der Zeit für ein neues Narrativ. Die beiden Wissenschaftler behalten das im Auge.



DR. REINHARD MILLNER (links)

ist Co-Leiter des Centers für Social Entrepreneurship und Soziale Innovation der Wirtschaftsuniversität Wien. Am Kompetenzzentrum für Nonprofit-Organisation fungiert er zudem als Senior Researcher.

DR. PETER VANDOR

ist Mitgründer und Co-Leiter des Centers für Social Entrepreneurship und Soziale Innovation der Wirtschaftsuniversität Wien. Er ist Gründer des Social Impact Award und heute Vorstandsmitglied.



Ein Bild aus guten Tagen: Theresa Imre vor einem ihrer markta-Läden.

FAIRE MODELLE STOßEN AN HARTE GRENZEN

Die Betriebswirtin Theresa Imre gründete mit „markta“ ein Sozialunternehmen, das Produkte bäuerlicher Kleinbetriebe direkt vermarkten wollte. Warum diese gute Idee trotz Begeisterung bei Konsument:innen und Bauernhöfen nicht überlebte.

Ich bin am Land aufgewachsen, in der Steiermark – Bauernhöfe gab es überall um mich herum. Ich habe früh gesehen, wie hart dort gearbeitet wird und wie wenig Wertschätzung bäuerlichen Produkten oft entgegengebracht wird. Studiert habe ich zunächst Internationale Betriebswirtschaft, danach arbeitete ich viereinhalb Jahre in der Unternehmensberatung, mit Schwerpunkt auf Start-ups und Business Development.

Gemeinsam mit einer Freundin gründete ich 2014 den Foodblog „Eingebrockt und Ausgelöffelt“, der die Geschichten hinter Lebensmitteln erzählt. Damit haben wir offenbar einen Nerv getroffen; viele kleinbäuerliche Betriebe meldeten sich bei uns, wir besuchten sie und stellten sie vor. Daraus entwickelte sich die Idee für markta – eine Direktvermarktung für all die Familienbetriebe da draußen. Mich beschäftigte die Frage, warum es keinen funktionierenden digitalen Bauernmarkt gibt, trotz großen Bedarfs?

Es gab reges Interesse in unserer Blog-Community und die Produzent:innen suchten ohnehin nach Erlös-

quellen außerhalb des dominanten Lebensmittelsystems. Für mich wurde klar, dass ein struktureller Bedarf besteht und sich daraus ein neues Modell entwickeln lässt. In dieser Zeit spielte der Impact Hub Wien für mich eine wichtige Rolle; ich hatte dort an dem Inkubator-Programm „Innovate for Nature“ teilgenommen und wir haben mit dem Konzept für markta den zugehörigen Award gewonnen.

Aufseiten der Produzent:innen sind wir regelrecht überrannt worden: In kürzester Zeit gab es 100 Betriebe, die mit uns zusammenarbeiten wollten. markta startete mit einem sehr starken ersten Monat; zur Einführung war er lieferkostenfrei. Im zweiten Monat ging der Umsatz zurück. Zunächst dachten wir: Aha, die Lieferkosten ... Aber es war etwas Grundsätzlicheres:

Die Leute fanden die Idee unterstützenswert, gleichzeitig zeigte sich aber eine Asymmetrie, die viele Sozialunternehmen kennen: den Unterschied zwischen der Begeisterung für ein Modell und der tatsächlichen Bereitschaft, das eigene Konsumverhalten dauerhaft zu ändern. Unser Einkaufsverhalten ist so stark internalisiert, dass es wahnsinnig schwer ist, das aufzubrechen.

Wir haben dann 850 Kund:innen befragt: Warum bestellt ihr weniger? Es zeigte sich, dass es den meisten auf Dauer zu umständlich war, bei einzelnen Bauernhöfen zu bestellen – hier den Honig, da das Gemüse. Sie sind von Amazon & Co gewohnt, alles in einem Paket, portofrei und am nächsten Tag zu bekommen. Also haben wir uns angepasst und Ende 2019 ein Logistikzentrum für Kleinbauern errichtet. Kurz danach begann die Corona-Phase – für uns ein Wachstumsmoment, der Umsatz verzwanzigfachte sich. Auch 2021 war ein gutes Jahr. Aber im Lockdown hatten die Leute ein anderes Einkaufsverhalten: Sie kochten zu Hause und wollten lokale Betriebe unterstützen.

Nach Corona brach der Online-Umsatz ein, alle gingen wieder raus, trafen sich in Cafés und Restaurants, kehrten zu alten Routinen zurück. Ich habe das menschlich total verstanden. In dieser Zeit lernte ich einen Investor aus dem stationären Retailbereich kennen. Er fand unsere Mission, die Bäuerinnen und Bauern fair zu bezahlen, überzeugend – seine Erfahrung war allerdings, dass das Modell nicht allein online, sondern vor allem mit stationären Läden eine Zukunft habe. 2023 eröffneten wir die erste Filiale in der Alser Straße, die zweite in der Zollergasse folgte bald.

Auch in dieser Phase schätzte ich die produktive Zusammenarbeit mit dem Impact Hub sehr. Ich hatte dort Verbündete – zum Beispiel, um das Thema Social Business bei klassischen Banken, Förderstellen und Co argumentativ zu vermitteln. Denn ich hörte oft: „Das rechnet sich nicht schnell genug. Frau Imre, nach sieben Jahren sind Sie mit markta immer noch nicht profitabel!“ Ich habe immer wieder versucht zu erklären, dass die Logiken eines sozialunternehmerischen Geschäftsmodells andere sind. Als ich markta gründete, war die Stimmung gegenüber nachhaltig und sozial orientierten Geschäftsmodellen noch eine viel positivere. Corona, der Ukraine-Krieg, die Inflation und globale politische Verschiebungen haben das verändert. markta hat an einer systemischen Veränderung gearbeitet. Der gesellschaftliche Mehrwert solcher Modelle lässt sich nicht allein in einer kurzfristigen Gewinnlogik abbilden.

Wann ich gemerkt habe, dass es wirklich kritisch wird? Ich hatte inzwischen 32 Angestellte und stand dauerhaft unter dem Druck, die Finanzierung sicherzustellen.

markta bekam zwar breite öffentliche Aufmerksamkeit und Anerkennung, aber unsere wirkliche Leistung war, über Jahre hinweg Umsatz, Einkommen und Sichtbarkeit für Hunderte Produzent:innen zu schaffen. Leider blieb die wirtschaftliche Basis des Unternehmens fragil. Die Belastung war enorm: Unter der Woche versuchte ich, markta zu stabilisieren, am Wochenende merkte ich, wie sehr ich körperlich und psychisch an meine Grenzen kam. Gleichzeitig wollte ich keine Kompromisse eingehen, weder bei den Produkten noch bei der Bezahlung der Bäuerinnen und Bauern – ich kenne ihre knappen Kalkulationen. Letztlich wurden mir zugesagte Mittel von Investorenseite doch nicht bereitgestellt und ich musste am 9. April 2025 Konkurs anmelden.

Es war eine sehr schmerzhaftes Situation. Am meisten belastete mich, dass es so viele Menschen und Unternehmen traf, die mit markta eng verbunden waren. Trotzdem versuchte ich, den Konkurs mit all meiner Kraft gut abzuwickeln. In diesen Monaten merkte ich, wie sehr es in Österreich an einer Kultur des Scheiterns fehlt. Der Konkurs von markta lässt mich kritischer auf wirtschaftliche und politische Zusammenhänge blicken. Ich würde jungen Unternehmer:innen heute raten, ihre Handlungsspielräume so lange wie möglich zu bewahren – und immer im Kopf zu haben, wie schnell sich Marktbedingungen verändern können.

Das Thema, für das ich mit markta angetreten bin, bleibt weiterhin sehr präsent. Kleine produzierende Betriebe gehen im herrschenden Marktsystem unter, viel zu viele von ihnen müssen laufend schließen. Mit der Mitgründerin des Impact Hub, Alexis Eremia, spreche ich immer wieder über eine stärkere Interessenvertretung für kleine und mittelständische Betriebe, die wertebasiert arbeiten und produzieren. Vielleicht ist genau das auch die größere Frage: welche Themen wir in Zukunft kollektiv tragen wollen – und was wir nicht länger vom Durchhaltevermögen Einzelner abhängig machen dürfen.

SCHUTZZONE IN DER SPITTELAU

Auf bald sechs kompletten Stockwerken wächst in einem Hochhaus neben der Müllverbrennungsanlage der Wien Energie das Climate Lab – Innovationshub für eine nachhaltige Transformation der Wirtschaft. Das Ziel der beteiligten Partner aus Unternehmen, Wissenschaft, Verwaltung, NGOs und Start-ups: Klimaneutralität, so rasch wie möglich.





**CLIMATE
LAB**

www.climatelab.at

Schon von Weitem weist der blau gekachelte Turm mit dem goldenen Bauch den Weg. Wenig später schieben sich, vom Donaukanal kommend, unregelmäßig karierte und kugelgekrönte Gebäude in den Blick. Die Müllverbrennungsanlage an der Spittelauer Lände im 9. Bezirk ist zum Kunstwerk und Wahrzeichen geworden, seit der Wiener Maler und Ökologe Friedensreich Hundertwasser die Fassaden Ende der 1980er gestaltete. Nichts ist hier gerade, alles im Schwung. Wild scheinen Farben und Mosaiksteine über die Mauern zu wuchern.

In der Spittelau verbrennt die Wien Energie GmbH, größter regionaler Energieanbieter Österreichs, jährlich 260.000 Tonnen Hausmüll; in einem zweiten Schritt produziert das Unternehmen daraus Fernwärme und Strom. Man verfügt über eine der modernsten Rauchgasreinigungen der Welt. Auf dem Dach der sogenannten Power2Heat-Anlage stehen Hochbeete, in denen Gemüse und Kräuter wachsen. Auch Bienen leben da oben, bald soll es einen eigenen Spittelau-Honig geben. Doch die größte Keimzelle auf dem Gelände befindet sich in einem schmalen grauen Hochhaus.

Seit drei Jahren bespielt das Climate Lab drei komplette Etagen in dem Bürogebäude, bald werden es sechs sein. Das Climate Lab ist ein Innovationshub, er initiiert, moderiert und begleitet Kooperationen zwischen Unternehmen, Behörden, Start-ups, NGOs und der Wissenschaft. Sein Ziel: in neuen Partnerschaften Lösungen für eine nachhaltige Transformation der Wirtschaft zu entwickeln, über Branchen und Sektoren hinweg. Ins Leben gerufen haben das Climate Lab der Österreichische Klima- und Energiefonds, das Landwirtschafts- und Klimaschutzministerium, die Wien Energie und der Impact Hub; unterstützt wird es auch von der Wirtschaftsagentur Wien, Siemens Energy, den Wiener Linien, REWE und weiteren Partnern. Das gemeinsame Vorhaben ist immens: Klimaneutralität, so schnell wie möglich.

Zwischen Etage 7 und 9 dehnt sich das Innovationszentrum aktuell aus. Im siebten Stock befinden sich der Empfang und die große Veranstaltungsfläche für 80 Personen, zertifiziert mit dem Österreichischen Umweltzeichen als Green Location. Dort finden Vorträge, Workshops und Events rund um die Themen Klima und Nachhaltigkeit statt. Auf den anderen beiden Etagen befinden sich Meetingräume, Büros sowie großzügige Co-Working- und Community-Flächen. Alles ist hell und offen, in Naturtönen wie Beige oder Salbeigrün gehalten, es gibt Sitzecken, eine Indoor-Terrasse, offene Teeküchen, grün bewachsene Deckenelemente und viele Pflanzen. Die Materialien sind mit Bedacht gewählt, der Fokus liegt auf Recyclingfähigkeit.

Die Aufstockung um weitere drei Stockwerke ist vor zwei Jahren beschlossen worden, damals lag der politische und gesellschaftliche Fokus noch wesentlich



Das Climate Lab ist eine jener Initiativen des Klimafonds, in den Partnerschaften aktiv gelebt, Ideen geboren und diskutiert und Lösungen entwickelt werden. Es hat sich seit seiner Eröffnung zu einer echten Drehscheibe für die zentralen Klimathemen unserer Zeit entwickelt. Die Erweiterung um das Thema Kreislaufwirtschaft beweist: Das Konzept ist aufgegangen. Das Climate Lab bietet den perfekten Nährboden für Innovationen. Das ist in erster Linie dem extrem engagierten Team zu verdanken, das Themen immer wieder neu denkt und nicht müde wird, neue Player für den Klimaschutz ins Boot zu holen.

Bernd Vogl - Geschäftsführer des Klima- und Energiefonds

stärker auf dem Thema Klimaschutz. „Uns jetzt zu verdoppeln, mag antizyklisch erscheinen“, sagt Mitgründer Hinnerk Hansen. „Im Bund, in der Stadt, in der Industrie wird gespart und Philanthropie fehlt in Österreich fast komplett. Das sind nicht die besten Rahmenbedingungen.“ Aber er ist sich sicher, in drei Jahren rückblickend sagen zu können, das verdoppelte Commitment sei genau der richtige Schritt gewesen. „Aus meiner Sicht wird es immer wichtiger, solche bestärkenden Räume zu haben, um die notwendigen Veränderungen zu erreichen.“

Die Arbeit des Climate Lab setzt auf verschiedenen Ebenen an: Da ist der Co-Working-Space, dessen über 200 Mitglieder hier weit mehr als einen Schreibtisch finden, sondern auch Zugang zu einem Netzwerk von Klima-Innovator:innen, zu Weiterbildungsprogrammen und kuratierten Community-Events. Weit über Wien hinaus will das Climate Lab Anlauf- und Anknüpfungspunkt für alle Akteur:innen sein, die sich mit Themen wie Kreislaufwirtschaft und Dekarbonisierung, Energie- oder Verpackungswende beschäftigen. Neben Aufbau und Pflege der Community gibt es den großen Be-

CIRCULARITY IM CLIMATE LAB

Im Februar 2023 versammelten sich Vertreter der Regierung, Privatwirtschaft und Zivilgesellschaft in Wien-Spittelau zum Auftakt von „Circularity im Climate Lab“. Als neues österreichisches Zentrum für Kreislaufwirtschaft sollte das Climate Lab eine zentrale Rolle in der nationalen Strategie zur Umgestaltung der österreichischen Wirtschaft und Gesellschaft in Richtung einer klimaneutralen und nachhaltigen Kreislaufwirtschaft bis 2050 spielen. In den folgenden Jahren brachte das Climate Lab Akteure entlang ganzer Wertschöpfungsketten für innovative Projekte und Veranstaltungen zusammen, die sich mit Themen wie zirkulären Baumaterialien, digitalen Produktpässen sowie dem Recycling von Matratzen und Textilien befassten.

Im Jahr 2026 gab die österreichische Regierung bekannt, dass sie dem Climate Lab erneut den Auftrag zur Entwicklung und Förderung der österreichischen Kreislaufwirtschaft übertragen werde, aufbauend auf den Erfolgen und dem wachsenden Netzwerk der vergangenen drei Jahre. Der neue Schwerpunkt liegt dabei auf der Bioökonomie, weshalb das Climate Lab BioBASE als strategischen Partner gewonnen hat, um dessen Fachwissen und Netzwerk für diese spannende neue Innovationsphase einzubringen.

reich der Stakeholder-Prozessmoderation. Kurz umrissen lässt er sich so beschreiben: Das Team des Climate Lab identifiziert gemeinsam mit Partner:innen kritische Herausforderungen auf dem Weg zur Klimaneutralität, holt die entscheidenden Akteur:innen an einen Tisch, begleitet die gemeinsame Problemanalyse, die Suche nach Lösungen und ihren Weg in die Praxis.

Nehmen wir, um es konkreter zu machen, ein Beispiel: die Matratze. Die meisten durchgelegenen Matratzen, in Österreich jährlich rund eine Million, landen in der Müllverbrennungsanlage – sie können nicht recycelt werden. Deshalb hat das Climate Lab im Auftrag des Ministeriums einen Multi-Stakeholder-Prozess aufgesetzt und in Zusammenarbeit mit Unternehmen der gesamten Wertschöpfungskette erarbeitet, wie sich Matratzen recyclefähig gestalten lassen. Das Projekt hat Akteur:innen der Branche angeregt, 2024 die Österreichische Matratzenallianz (OMÄ) zu gründen – ein Joint Venture aus zwei Mitgliedern der Allianz baut nun das erste Matratzenrecyclingunternehmen.

Ein Montagmorgen im März, Barbara Inmann, Leiterin des Climate Lab, kommt schwungvoll in Besprechungsraum „Leuven“ im 9. Stock – benannt nach einer belgischen Stadt, in der die Folgen der Erderwärmung bereits besonders deutlich zu spüren sind. Inmann, studierte Betriebswirtschaftlerin, ist seit der Eröffnung des Climate Lab 2022 im Team. Ihre Beziehungen zum Impact Hub sind lange gewachsen: Beinahe seit der ersten Stunde war sie dabei, die Gründer:innen kennt sie schon seit der Universität.

Zwischenzeitlich hat Inmann sieben Jahre in der Wirtschaft gearbeitet, bis sie zum Impact Hub zurückkehrte. „Unternehmen sind große und wichtige Treiber der Transformation“, sagt sie. „Durch meine Erfahrung habe ich ein Verständnis dafür bekommen, was die Wirtschaft, Start-ups und NGOs antreibt – und kann zwischen unterschiedlichen Perspektiven übersetzen.“

12 Vollzeitäquivalente stark ist ihr Team, durch Teilzeitmodelle stecken 21 Personen dahinter. Barbara Inmanns Kolleg:innen haben unterschiedliche Hintergründe, ihre Ausbildungen reichen von Politikwissenschaften bis Geologie, von Biochemie bis Betriebswirtschaft, von Advocacy bis Publizistik. „Die Mischung macht's“, sagt Inmann. „Wir sprechen quasi Wirtschaft, Verwaltung und NGO.“ Gerade hat das Climate Lab eine große Ausschreibung des Ministeriums für Landwirtschaft und Klimaschutz gewonnen, es geht darum, Akteur:innen im Bereich Kreislaufwirtschaft und Bioökonomie stärker zu vernetzen und Kooperationen zu initiieren.

Wie ist das Vertrauen in das Climate Lab gewachsen? Zum einen ist da das langjährige Netzwerk des Impact Hub.



BARBARA INMANN

leitet das Climate Lab und verfügt über mehr als 15 Jahre Erfahrung in der strategischen Entwicklung von Partnerschaften, Innovationsprogrammen und Multi-Stakeholder-Prozessen für einen transformativen Wandel.



Sektorübergreifender Austausch in einem neutralen Raum – auch das sorgt bei den Stakeholder:innen für gutes Klima.

Zum anderen wurde die Gründung intensiv vorbereitet: Ein Jahr lang habe man „Silos aufgebrochen, alle möglichen Stakeholder in verschiedensten Formaten zusammengeholt“, sagt Barbara Inmann. Von allen wollte man wissen: Was braucht es jetzt, für euch, für den Prozess, für das Erreichen des Ziels? Die Antworten flossen in ein Modell, nach dem ersten Betriebsjahr wurde es gemeinsam mit der Boston Consulting Group nochmals geschärft. „All das hat uns Vertrauen eingebracht“, sagt Inmann rückblickend. „Die Stakeholder haben gesehen, dass bei uns wirklich etwas entsteht.“

Ihr Kollege Gregor Pflüger ist im Climate Lab für den Bereich Innovation zuständig. Auch er hat BWL studiert, dann gründete er ein Start-up, arbeitete später in der Innovationsberatung; er bewegte sich zwischen den Themen Softwareautomatisierung und agilem Arbeiten. Eine Schulfreundin machte ihn auf die Stellenausschreibung des Climate Lab aufmerksam, zwei Wochen und zwei Termine später war der Bewerbungsprozess durch – inzwischen ist er seit drei Jahren dabei. Pflüger sagt: „Mich hat der Fokus auf nachhaltige Lösungen fasziniert, zum Beispiel für eine echte Kreislaufwirtschaft. Dass hier mit den ganz großen Tankern, sprich: Unternehmen zusammengearbeitet wird. Und dass wir das nicht wie klassische Berater tun.“

Was ist für ihn der größte Unterschied? Sein Zauberwort lautet: Partizipation. Im Climate Lab entwirft man nicht im stillen Kämmerlein Strategien, die nach der Präsentation in einer Schublade verschwinden. Von Anfang an

geht es um das Commitment der Entscheidungsträger:innen zur Umsetzung. „In der Präsentation ist immer alles schön aufpoliert“, sagt Gregor Pflüger, „aber da draußen müssen Anlagen, Netze oder Lade-stationen um- oder neu gebaut werden. Wir müssen umgehen können mit dem Boden der Tatsachen, mit Widerständen in Unternehmen und einer generellen Veränderungsresistenz in sozialen Organisationen. Denn: Wir wollen keine Luftschlöser bauen.“

Viele Unternehmen, die das Climate Lab zur Kooperation einlädt, berichten Barbara Inmann, dass sie schon seit Jahren versuchten, Austauschformate mit anderen Stakeholdern zu initiieren. Doch es sei schwierig, sektorübergreifende Zusammenarbeit zu erreichen. „Wenn wir einladen, ist das neutraler, als wenn Wirtschaft oder Politik es tun“, sagt Inmann. In den Workshops, die im 8. Stock des Hauses stattfinden, gilt für alle Teilnehmenden das gleiche Rederecht, unabhängig von Hierarchien. Man duzt sich, Augenhöhe ist das zentrale Prinzip. Viele empfinden das als wohltuend anders als in ihren normalen Arbeitskontexten.

Wer mit dem Climate Lab eine Partnerschaft eingeht, bekennt sich zum Ziel einer österreichischen Klimaneutralität bis 2040. „Wir hören aber trotzdem immer wieder: „Das geht alles nicht, wer bezahlt das?“, sagt Gregor Pflüger. Ihm persönlich helfe eine klare Linie in der Moderation. „Wir stellen nicht mehr infrage, dass Veränderung passieren muss.“ Seine Aufgabe und die seiner Kolleg:innen ist es, die spezifische Fragestellung eines Workshops im Fokus zu halten. „Wenn jemand ein Treffen dazu nutzen möchte, Grundsätzliches infrage zu stellen oder über die Existenz des Klimawandels zu diskutieren, müssen wir das höflich, aber bestimmt abmoderieren.“

In den ersten Jahren habe das Climate Lab viel mit der Notwendig-

keit argumentiert, die Klimaziele zu erreichen, sagt Barbara Inmann. Die Erfahrung zeigt drei Jahre später: Besser abholen lassen sich Stakeholder an einem anderen Punkt. Nämlich, dass Veränderung „verdammt wichtig für den Standort Österreich und Europa ist“. Das Thema Kreislaufwirtschaft ist zu einem Schwerpunkt im Climate Lab geworden – auch, weil es angesichts der krisengeschüttelten Weltlage mehr nationale Unabhängigkeit verspricht. „Rohstoffe im Land zu halten, den Wirtschaftsstandort zu sichern, das bedeutet augenblicklich mehr als das Klima-Thema“, sagt Barbara Inmann. Aktuell arbeiten sie und ihre Kolleg:innen unter anderem im Auftrag des Wiener Arbeitnehmer Förderungsfonds daran, das Modell Kreislaufwirtschaft in die Ausbildung zu integrieren. „Bildungsinnovation ist ein sehr langwieriger Prozess“, sagt Inmann. „Aber ich finde sie hochspannend, weil es um Bandbreite geht. Jede Altenpflegerin, jeder Installateur sollte verstehen, warum sie oder er etwas recyceln. Dieses Wissen gehört in jede Ausbildung.“

Breitenwirkung zu erreichen, öffentliche Aufmerksamkeit zu schaffen: Mit Themen wie der Verpackungsverordnung oder Bauschuttrecycling ist das schwerer als mit anderen. Ein plakativeres Beispiel ist der wasserstoffbetriebene Sendemast auf dem Donauinsel-Fest 2024, ein großes kostenloses Wiener Musikfestival. „Nach den Matratzen unser zweithäufigst genanntes Projekt“, sagt Gregor Pflüger mit breitem Lächeln. Begonnen hat es mit der Frage, wie sich Energie umweltfreundlich und mobil dort erzeugen lässt, wo es keine Steckdosen gibt – ohne die bekannten Dieselaggregatoren. „Wir haben uns gemeinsam mit der Wien Energie da reingekniert“, sagt Pflüger, „Interviews geführt, Allianzen geschmiedet – am Ende waren fünf Unternehmen beteiligt.“ Und einer von mehreren temporären Mobilfunkmasten auf dem Festival wurde schließlich mit grünem Wasserstoff betrieben.

Von der Emissionseinsparung her ein Tropfen auf den heißen Stein, aber dennoch ein Musterbeispiel für den dahinter liegenden Innovationsprozess: Am Anfang hieß es, ohne Diesel gehe es nicht. Dann überlegte man gemeinsam im Workshopraum des Climate Lab, verwarf, dachte neu, verbesserte. Am Ende lief der Sendemast. „Wir haben gezeigt, dass es funktioniert. Dass wir bereit für den nächsten Schritt sind“, sagt Gregor Pflüger. „Genau darum geht es.“

Das Climate Lab ist für ihn gleichzeitig Anker und Safe Space. „Ich weiß, wenn ich auf einen Kaffee in den Communitybereich gehe, treffe ich Menschen, die ähnlich auf viele Themen blicken“, sagt er. Barbara Inmann hat ein paar Stunden zuvor im Konferenzraum Leuven ein ähnliches Gefühl beschrieben. „Ich liebe meinen Job“, hat sie gesagt, „es begeistert mich, was wir hier machen. Das Climate Lab ist für mich Ort der Hoffnung. Ein Ort, an dem nach vorne gedacht wird. Eine Schutzzone in einer immer verrückteren, polarisierten Welt.“

STECKBRIEF CLIMATE LAB

Standort: 1090 Wien

Eröffnung: 2022

Fläche: 920 m² (1.850 m² ab 2027)

Mitarbeitende: 21 Personen

48+ abgeschlossene Innovationsprojekte

60+ involvierte Partner

148 Veranstaltungen pro Jahr

AUSGEWÄHLTE PARTNER:

- Austrian Institute of Technology
- BILLA
- BioBASE
- Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Klima- und Umweltschutz, Regionen und Wasserwirtschaft (BMLUK)
- Caritas
- CEOs for Future
- Circular Economy Forum Austria
- Climate Change Centre Austria
- Green Tech Valley
- Holcim
- IKEA Austria
- Klima- und Energiefonds
- Mond
- nabe
- OekoBusiness Wien
- ÖGUT
- respACT
- Scientists for Future
- Siemens Energy
- Stadt Linz
- Stadt Wien Magistratsdirektion Bauten und Technik
- Umweltdachverband
- waff
- Wien Energie
- Wiener Linien
- Willhaben
- Wirtschaftsagentur Wien
- Wohnfonds Wien
- WWF Climate Group

EMISSIONSEINSPARUNGEN

Im Climate Lab werden derzeit jährlich rund 30 Unternehmen beim Erreichen ihrer Klimaneutralitätsziele in den Bereichen Energie, Mobilität, Bauen und Kreislaufwirtschaft unterstützt. Für die in den ersten drei Jahren gemeinsam mit Unternehmenspartnern umgesetzten Innovationsprojekte wurde ein CO₂-Einsparpotenzial von 250.000 bis 500.000 Tonnen pro Jahr ab 2030 errechnet (Basis: Studie der BCG für das Climate Lab).

DER AUSBAU IST EIN SIGNAL

Die Wien Energie verdoppelt die Flächen des Climate Lab in ihrem Hochhaus an der Spittelau. Für Fabian Kesicki, Leiter der Unternehmensentwicklung, ist der Innovationshub ein Erfolgsmodell für eine partizipative, nachhaltige Transformation der Wirtschaft.

Herr Kesicki, wie ist die Idee entstanden, gemeinsam mit dem Impact Hub Wien ein Climate Lab zu gründen?

Wir wollten uns öffnen und beim Thema Energiewende mit unterschiedlichen Partner:innen kooperieren. Daher der Gedanke, ein eigenes Innovationszentrum ins Leben zu rufen. Glücklicherweise hatten wir auch die passenden Räume dafür, drei Stockwerke in unserem Hochhaus an der Spittelauer Lände. Wir haben sehr schnell vertrauensvolle Gespräche mit den Vertreter:innen des Impact Hub geführt. Ich war schon immer beeindruckt, wie sie es schaffen, – auch weltweit – Gemeinschaften aufzubauen, die Innovation voranbringen. Der Impact Hub kuratiert seit Jahren erfolgreich das Zusammenspiel von Akteur:innen aus Wirtschaft, Politik und Verwaltung mit Vertreter:innen von Start-ups, der Wissenschaft sowie NGOs. Für die Energiewende ist das existenziell.

Das Climate Lab arbeitet inzwischen seit mehr als drei Jahren mit verschiedenen Stakeholdern im Wien Energie-Hochhaus zusammen. Ein Erfolgsmodell?

Im Climate Lab sind das Bundesministerium für Landwirtschaft und Klimaschutz vertreten, die Wirtschaftsagentur Wien, der Klima Energie Fonds, die Wiener Linien. Neben uns als Wien Energie sind auch Unternehmen wie Holcim, Mondi, Billa oder Siemens Energy engagiert. Als neutrale Plattform macht das Climate Lab diese sektorübergreifende Arbeit möglich. Ein praktisches Beispiel: Als Energieunternehmen stehen wir vor großen Herausforderungen bei der Dekarbonisierung unserer Müllverbrennungsanlagen – ein Thema, das wir nicht allein bewältigen können, es braucht auch den Austausch mit Akteur:innen aus dem öffentlichen Sektor, um die Infrastruktur aufzubauen, Förderung zu etablieren und sich mit angrenzenden Ländern auszutauschen. Diesen Prozess kann

das Climate Lab mit definieren und die Erkenntnisse in die Umsetzung bringen.

Warum ist die Multi-Stakeholder-Methode des Climate Lab erfolgreich?

Natürlich gibt es auch bei uns Dinge, die nicht klappen – das ist klar beim Thema Innovation. Aber das Climate Lab hat sich früh und intensiv damit auseinandergesetzt, wie sich seine Innovationsmethoden verfeinern lassen, unter anderem gemeinsam mit der Boston Consulting Group. Zudem bringt der Impact Hub einfach große Erfahrung mit und weiß, was in der Realität funktioniert und was nicht. In den vergangenen drei Jahren haben wir hier gemeinsam stark gelernt, was es braucht, wer mit an den Tisch muss, wo wissenschaftliche Begleitung nötig ist – und was am Ende das Ergebnis sein soll.

Wie kommt die Arbeit des Climate Lab intern wie extern an?

Nicht alle sehen das Thema Innovation stets wohlwollend. Aber wir haben es geschafft, eine Innovationskultur zu etablieren, deren Erfolge auch die Skeptiker:innen überzeugen. Ein Beispiel: Als Pilotprojekt haben wir auf dem Donauinsel-Festival eine mobile Sendeanlage mit grünem Wasserstoff anstelle von Diesel betrieben. Den Anstoß dafür hat ein Multi-Stakeholder-Projekt des Climate Labs gegeben. Grundsätzlich wird positiv gesehen,



Lichtblick für die Klimaneutralität: Unter dem Dach von Wien Energie arbeiten Akteur:innen verschiedener Sektoren im Climate Lab an Klimaschutz und Kreislaufwirtschaft.

dass wir Initiativen vorantreiben und uns aktiv für die Energiewende einbringen. Aber man muss auch sehen, dass Österreich in den letzten Jahren durch eine Rezession gegangen ist – das bedeutet leider oft, dass dann Innovation nicht immer an allererster Stelle steht.

Ist der Ausbau des Climate Lab um weitere drei Stockwerke nach innen wie außen ein Signal, das Thema noch mehr zu forcieren?

Absolut. Wir gehen diesen Schritt sehr bewusst, weil wir mit der Arbeit des Climate Lab sehr zufrieden sind. Ende 2026 soll die Erweiterung in Betrieb gehen. Wir sehen das als ganz klares Bekenntnis.

In den Räumen des Lab herrscht eine besondere Atmosphäre – was schätzen Sie persönlich an der Community, die bei Ihnen sitzt?

Ich habe 18 Jahre meines Berufslebens in der Energiebranche verbracht und schon graue Haare darüber bekommen. Ich erwarte nicht, dass die Kolleginnen und Kollegen im Climate Lab mich mit ihrer Energieexpertise übertreffen. Aber was ich total schätze, ist ihre Motivation, ihre Neugierde und ihre Begeisterung, Dinge voranzubringen und auszuprobieren. Sie haben das, was aus meiner Sicht entscheidend für ein Gelingen der Energiewende ist. Und das ist Mut. Der fehlt uns ab und zu in den wichtigen Entscheidungsgremien.



FABIAN KESICKI

ist Energieökonom und leitet seit fünf Jahren die Unternehmensentwicklung der Wien Energie GmbH. Er verantwortet die Bereiche Innovation & Förderungen, Strategie und Nachhaltigkeit. Kurz nachdem er seine Arbeit für den größten regionalen Energieversorger Österreichs im Herbst 2020 begann, starteten die Gespräche mit dem Impact Hub über die Gründung eines Climate Lab.



Future Health

Lab We shape
Future Health.



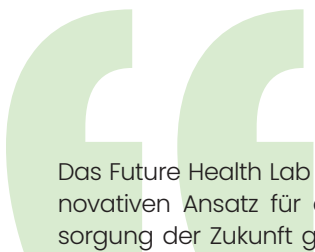
DAS WESEN AUF DEM OP-TISCH

Seit 2023 bringt das Future Health Lab Akteur:innen aus allen Bereichen des Gesundheitswesens zusammen, um innovative Ideen für den Sektor zu entwickeln und ins Leben zu bringen – politisch neutral, in einem geschützten Raum, lösungsorientiert. Der Fokus: das Wohl der Menschen.

Orange ist gut. Und Luca Frantzmam strahlt. Die Innovation Managerin steht vor einem Whiteboard mit vielen bunten Post-its, auf denen die Teilnehmenden ihrer Arbeitsgruppe „Telemedizin in der Primärversorgung“ notiert haben, wie der Prozess einer Operation von Diagnose bis Nachsorge am Beispiel einer Knie-OP verläuft. Die Kernfrage: Welche Prozessschritte ließen sich telemedizinisch abdecken? Und so finden sich nun auf 11 der insgesamt 18 Post-its orangene Klebepunkte, die genau diese Frage beantworten – von Schritten wie eine vergleichende Meinung einholen über OP-Aufklärung bis Wund-Management. „Ein gutes Ergebnis“, sagt Luca Frantzmam mit Blick auch auf die beiden Boards der anderen AGs. „Jetzt müssen wir nur noch von diesen schönen bunten Whiteboards zu konkreten Maßnahmen kommen.“

Denn genau darum geht es hier. Wer sich in Österreich nach Innovationsprozessen im Gesundheitsbereich umschaute, landet unweigerlich auch hier in der Alfred-Adler-Straße 1 im Wiener Bezirk Favoriten, im 2. Stock des Hauses CAPE 10, von dem noch die Rede sein wird. Seit 2023 ist es die Heimat des Future Health Lab (FHL). Das Team umfasst inzwischen 14 Mitarbeitende, die meisten wie Luca Frantzmam Innovation Manager:innen. Ein Team, das „intrinsisch hoch motiviert ist“, sagt Olga Bratsun, Communications & Community Managerin, „und zudem strukturiert und diszipliniert“.

Das ist sicher nicht von Nachteil in einem Bereich, der in Österreich wie kaum ein zweiter in Europa äußerst komplex und nur schwer zu durchdringen ist. Wenn man FHL-Geschäftsführerin Romana Ruda, eine profunde Kennerin des Systems (siehe Interview), trotzdem um eine Erklärung bittet, lacht sie kurz auf. Um



Das Future Health Lab hat einen neuen, innovativen Ansatz für die Gesundheitsversorgung der Zukunft geschaffen. Hier werden Expert:innen aus Gesundheitswesen, öffentlicher Hand, Wirtschaft, Wissenschaft und Zivilgesellschaft zusammengebracht, um nachhaltige Lösungen zu entwickeln. Als Gesundheitsstaatssekretärin freut es mich, dass sich das Future Health Lab etablieren konnte und Innovationen hervorbringt.

Ulrike Königsberger-Ludwig, Staatssekretärin im Bundesministerium für Arbeit, Soziales, Gesundheit, Pflege und Konsumentenschutz

dann doch einen Versuch zu starten: „Wir haben zu viele unterschiedliche Verantwortlichkeiten in Österreich: Da sind die Hauptakteure Bund, Länder, Sozialversicherung. Hinter den Ländern stecken neun Bundesländer mit eigenen Regeln, hinter der Sozialversicherung mehrere Sozialversicherungsträger, dazu komplexe Finanzierungsströme. Plus die Interessenvertretungen wie Ärzte- und Wirtschaftskammern sowie Patientinnen-Organisationen.“ Oder kurz gesagt: „Es ist herausfordernd.“

Eine Herausforderung, der sich das FHL-Team mit viel Leidenschaft stellt. Der Anspruch: die Akteur:innen aus dem Gesundheitswesen sowie jene aus Wirtschaft, Wissenschaft und Interessenvertretungen sowie bisweilen unter Beteiligung von Patient:innen und Fachkräften im Gesundheitswesen in einen politisch neutralen Raum zu bringen, um in einem partizipativen und zielgeleiteten Prozess zu gemeinsamen Lösungen zu kommen und Umsetzungen anzustoßen – zum Wohle der Menschen. Ein wenig klingt es so, als würde das System selbst hier auf dem OP-Tisch liegen.

So wie heute Nachmittag. Aus dem ganzen Land sind 25 Akteur:innen angereist, von Vertreter:innen der Österreichischen Gesundheitskasse ÖGK und dem Gesundheitsministerium über Hausärzte bis zu IT-Expert:innen der Sozialversicherungsträger. Es geht um die dritte der sogenannten Health Missions, um „Digitale Transformation“. Im Mittelpunkt: neue Versorgungsansätze wie Hospital at Home und Telemedizin in der Primärversorgung sowie Plattformen, Gesundheitsdaten und Künstliche Intelligenz. Außerdem geht es um Transformations- und Change-Management, um Organisationen, Mitarbeitende und bestehende Strukturen auf die digitale Zukunft vorzubereiten – ohne dabei die hochwertige und menschliche Versorgung zu vernachlässigen.

„Health Missions sind unsere übergreifenden Themenschwerpunkte“, erklärt Franz Tschida, Experte für agile Transformation und Co-Creation-Prozesse. Als Innovation Lead im Future Health

Lab verantwortet er die sektorübergreifende Zusammenarbeit und entwickelt Teilnehmungsformate für Bürger:innen. Die übrigen beiden Health Missions: „Optimierte Patient:innenpfade“ und „Gesundheit aktiv gestalten“ (siehe rechts).

Jede Health Mission hat ihre eigene Wirkungslogik, jede ihre eigenen Programme und Projekte. Im Rahmen der Health Mission 01 etwa hat man gemeinsam mit dem Gesundheitsministerium und in Kooperation mit der Gesundheit Österreich GmbH die Perspektive von Bürger:innen zur geplanten Neuausrichtung der Patient:innenwege im Gesundheitssystem nach dem Motto „digital vor ambulant vor stationär“ unter die Lupe genommen. Mehr als 60 Bürger:innen und Patient:innen sowie Akteur:innen aus Patient:innenvertretungen und Gesundheitsdiensteanbieter waren involviert, es wurden vier Workshops und viele Interviews durchgeführt. Die Ergebnisse fließen nun ins Ausarbeiten eines Detailkonzepts ein. Was fürs FHL feststeht: „Wir sprechen uns klar für eine intensivere und strukturierte Partizipation und Co-Kreation von Patient:innen und Bürger:innen aus“, so Franz Tschida.

Der Prozess je Health Mission ähnelt sich. Grob skizziert: In einem Mission Meetup kommen die Stakeholder:innen zur jeweiligen Health Mission zusammen, identifizieren Problem, weiße Flecken und Potenziale. Das FHL-Team, erfahrene Prozessbegleiter:innen, strukturieren die Ergebnisse und laden zu „Deep Dives“, in denen konkrete Fragen wie jene der Telemedizin behandelt und Lösungen erdacht werden. Nach weiteren Schärfungen und Treffen münden die Erkenntnisse schließlich in Projekte, von denen es bereits mehr als 30 gibt. Die Hoffnung: Bewähren sich die Innovationen, werden sie im Gesundheitssystem implementiert.

„Die stringenten Innovationsprozesse, die multiperspektivische Community und der geschützte Raum sind unsere wichtigsten Säulen“, sagt Franz Tschida. „Deswegen funktioniert es.“ Das hat offenbar auch die ÖGK, von Anfang an mit an Bord, und das zuständige Bundesministerium überzeugt: Beide fördern das FHL maßgeblich, aber auch die Mission Partner von AstraZeneca und Boehringer Ingelheim über Arbeiterkammer Wien bis zur Wirtschaftskammer Österreich. „Und alle Partner sind weiter mit dabei, niemand ist bisher abgesprungen“, sagt Romana Ruda nicht ohne Stolz. „Wir haben geliefert, was wir versprochen haben.“ Darüber hinaus gibt es spannende Projekt-Partnerschaften, beispielsweise mit dem ORF, Mavie Med oder weiteren Unternehmen aus der Industrie.

Was heute so gut funktioniert, war zunächst kein „walk in the park“, so formuliert es Christine Spornbauer, ebenfalls Innovation Managerin und von Beginn an dabei. Siegfried Meryn, Gründer und zunächst Einzelgesellschafter des FHL, habe sie damals überzeugt

BESSERE PFADE

Im Rahmen seiner ersten **Health Mission 01** „Optimierte Patient:innenpfade“ (Start: September 2023) will das FHL mit seinen Partnern und Bürger:innen-Beteiligungsformaten die Versorgung von Menschen mit chronischen Erkrankungen verbessern und die Wege von Patient:innen im öffentlichen Gesundheitssystem mitgestalten. Das Ziel: Patient:innen sollen die beste Behandlung am richtigen Versorgungsort erhalten und sich dank digitaler Services besser im System orientieren können. Der Fokus liegt zunächst auf systemischen Lösungen bei Diabetes Typ 2, Schlafstörungen, COPD (Chronic Obstructive Pulmonary Disease; eine chronische Lungenerkrankung) und CKD (Chronic Kidney Disease; eine chronische Nierenerkrankung).

MEHR EIGENKOMPETENZ

Geht es in der ersten Health Mission eher um strukturelle Fragen, steht in **Health Mission 02** das Individuum im Mittelpunkt: „Gesundheit aktiv gestalten“ (Start: September 2024) widmet sich der Stärkung der Gesundheit durch eine höhere Gesundheitskompetenz von Menschen und Arbeitnehmer:innen in ganz Österreich, der Erhaltung der individuellen Gesundheit in der Klimakrise sowie dem Ausbau von Prävention und Vorsorge. Auch hier werden Lösungsansätze und Innovationsprogramme mit einem breiten Spektrum von Stakeholder:innen umgesetzt, um einen möglichst breitenwirksamen Einsatz in der Praxis zu erreichen.

WIE DATEN HELFEN KÖNNEN

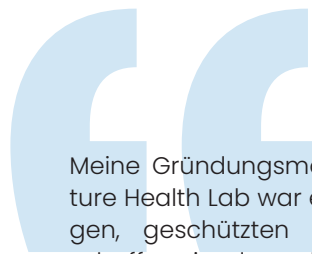
Die **Health Mission 03** „Digitale Transformation“ widmet sich neuen Versorgungsansätzen wie Hospital at Home und Telemedizin in der Primärversorgung sowie Plattformen, Gesundheitsdaten und Künstlicher Intelligenz. Ein weiterer Schwerpunkt liegt auf Transformations- und Change-Management, um Organisationen, Mitarbeitende und bestehende Strukturen auf die digitale Zukunft vorzubereiten. Im Zentrum steht immer dieselbe Frage: Wie können digitale Technologien am Point of Care dazu beitragen, Effizienz und Behandlungsqualität zu steigern, ohne hochwertige und menschliche Versorgung zu verlieren?

mitzumachen. „Ein Begeisterer“, sagt sie. Und eine Größe des österreichischen Gesundheitsbereichs: Univ.-Prof. Dr. Meryn, den hier alle nur Freddy nennen, ist einer der bekanntesten Internisten des Landes, Medizinexperte im ORF, Buchautor – und begeisterter Sozialunternehmer. Womit wir wieder bei CAPE 10 wären, der Heimat des FHL.

Meryn hat CAPE 10 gegründet. Die Mission: „CAPE 10 verbessert die Gesundheitsversorgung, das Bildungs- und Teilhabeangebot für armutsbetroffene Kinder in Österreich.“ Konkret: Auf rund 5.000 Quadratmetern Fläche finden sich verschiedene Sozial- und Gesundheitsinstitutionen, bis zu 650 Kinder gehen täglich ein und aus. Doch es ist noch mehr: Neben einer Kinder- und einer Erwachsenen-Primärversorgungseinheit (PVE), einem HNO-Arzt und einer Apotheke finden sich noch Sozialunternehmen wie das Tageszentrum „Obdach Ester“ für wohnungslose Frauen, die Organisation „Licht ins Dunkel“ und die CAPE 10 Stiftung, der das Haus gehört. Auch besonders: Die Einnahmen aus der Vermietung eines Eventraums fließen in die Finanzierung sozialer Projekte von CAPE 10 und leisten damit einen Beitrag zur Umsetzung von Sozial- und Bildungsprogrammen.

Kein Wunder also, dass Meryn als Sozialunternehmer und der Impact Hub bei Gründung des FHL kooperierten: Meryn brachte seine Ideen, Erfahrungen und Netzwerke ein, der Impact Hub sein Know-how über strategische Innovationsprozesse und den Aufbau eines lebendigen Ökosystems. Wenn Mitgründer Hinnerk Hansen über „Freddy“ redet, hört man Bewunderung: „Er ist ein Gestalter“, sagt Hansen, „und jemand, der etwas zurückgeben will.“ Anfang 2025 mündete die Zusammenarbeit in einem Joint Venture, seitdem sind Meryn und der Impact Hub zu gleichen Teilen Gesellschafter am FHL. Und damit in einem Bereich, dem Hansen „ein hohes Disruptionspotenzial“ bescheinigt.

Da ist es naheliegend, das zuletzt der nächste Schritt erfolgte: Das FHL hat die Türen nun auch für Innovator:innen im Gesundheitssektor geöffnet. Bislang sind 17 Health Start-ups im Programm involviert, die meisten aus Wien, andere aus Graz, Linz und Salzburg, eines sogar aus München, das nach Österreich skalieren möchte. Die Gründer:innen kommen regelmäßig im FHL zusammen, können dort arbeiten und Teil der Innovationsprozesse sein. „Da stehen wir noch am Anfang“, sagt Romana Ruda. „Aber es ist ein guter Anfang.“



Meine Gründungsmotivation für das Future Health Lab war es, einen unabhängigen, geschützten Innovationsraum zu schaffen, in dem die relevanten Kräfte unseres Gesundheitswesens auf Augenhöhe zusammenkommen. Österreichs Gesundheitswesen braucht neue Formen der Zusammenarbeit, Veränderung und Mut zur Umsetzung – für eine moderne, gerechte und nachhaltige Gesundheitsversorgung der Zukunft.

Siegfried Meryn, Gründer des Future Health Lab

LEITFADEN PARTIZIPATION

Partizipation ist im Gesundheitswesen noch weitgehend ein Fremdwort. Noch immer herrscht die Haltung, dass man für Menschen handelt, nicht mit ihnen. Dass Patient:innen „nur“ Kranke sind, ohne auf ihre wertvollen Erfahrungen, Expertisen und Ideen zu hören. Um darüber aufzuklären, wie es besser geht, hat das FHL-Team um Iris Schönherr und Franz Tschida im Sommer 2025 das Whitepaper „Gemeinsam innovativ: Kollaboration und Partizipation im Gesundheitswesen“ herausgegeben. Es werden Methoden und Modelle vorgestellt, wie durch den Einsatz von kollaborativer Innovation und Partizipation treffsichere Lösungen für das Gesundheitswesen entwickelt werden können – um es auf der Grundlage breiter Akzeptanz bei allen Beteiligten effizienter und zugänglicher zu machen.

„Wir sind ein großer Verfechter von Beteiligung“, sagt Geschäftsführerin Romana Ruda. Wenn andere von Beteiligung reden, meinen sie damit oft, die Nutzer:innen erst am Ende eines Prozesses mit einzubeziehen. „Wir müssen die Menschen aber schon am Anfang beim Problemverständnis mit dazuholen“, so Ruda. „Man muss im Austausch mit einer potenziellen Zielgruppe sicherstellen, dass man das Problem richtig verstanden hat, bevor man den Lösungsraum öffnet. Es geht nicht nur um Lösungen für die Zielgruppe, sondern mit der Zielgruppe. Dafür soll das Whitepaper eine Anregung sein.“

WIR SIND EIN GESCHÜTZTER KREATIVRAUM

Geschäftsführerin Romana Ruda über die Zusammenarbeit mit dem Impact Hub, Erwartungen ans Future Health Lab – und die Herausforderungen der „Aufbauphase 2.0“.

Müsste man sich eine Geschäftsführerin fürs Future Health Lab backen, man würde am Ende Roman Ruda aus dem Ofen ziehen. Juristin mit Schwerpunkt Medizinrecht, 20 Jahre Berufserfahrung im öffentlichen Gesundheitssystem, beim Hauptverband der österreichischen Sozialversicherungsträger, im Gesundheitsministerium, bei der Wiener Gebietskrankenkasse und der ÖGK. Das FHL, sagt sie, „ist die stringente Fortsetzung meines gesamten beruflichen Werdegangs. Es ging mir immer um die Frage: Was braucht es, damit wir die Versorgungsstruktur, dieses behäbige System, ein wenig gestalten und innovieren können.“

Romana, kanntest du den Impact Hub, bevor du hier angefangen hast?

Nein. Ich wusste nicht einmal, dass es so etwas wie Social Entrepreneurship gibt. Nach dem ersten Kennenlernen mit Siegfried Meryn und Hinnerk Hansen war mir aber sofort klar, welche komplementären Skills hier aufeinandertreffen. Ich wage mal zu behaupten, dass der Impact Hub nicht auf die Idee gekommen wäre, sich dem Gesundheitsbereich zu widmen, wenn nicht von anderer Seite die Expertise bezüglich System, Prozesse und Verantwortlichkeiten vorhanden gewesen wäre.

Welche Expertise bringt der Impact Hub ein?

Alles rund um Kooperationen, Community- und Raummanagement, aber auch das Management von Personal und Finanzen. Ich bin sehr dankbar für die Strukturen der Gruppe, auf die wir zurückgreifen können. Es ist eine perfekte Symbiose. Zudem habe ich in Hinnerk und Jakob großartige Sparringpartner, gerade wenn es um strategische Ausrichtungen und Ziele geht.

Welche Rolle spielt Gründer Siegfried Meryn?

Seine Rolle hat sich über die Zeit geändert. Er war zu

Beginn alleiniger Geschäftsführer, später haben wir das FHL gemeinsam geleitet, ehe Freddy sich dann zurückzog, weil er angesichts seiner vielfältigen Aufgaben die operative Geschäftsführer-Rolle mir überlassen hat. Heute hilft er uns mit Netzwerk, Ideen und Spirit, schließlich kennt er wahnsinnig viele Menschen in dem Bereich, was immer wieder zu sehr guten Kontakten führt.

Das FHL wird von Partnern finanziert, maßgeblich durchs Ministerium und die ÖGK. Führt das zu Abhängigkeiten?

Das Gegenteil ist der Fall. Unser USP ist es gerade, diese Brücke zur öffentlichen Hand zu sein. Trotz der Kooperationen und Partnerschaften sind wir keine nachgelagerte Organisation der beiden. Aber natürlich ist es wichtig, dass unsere Aktivitäten auf die gesundheitspolitischen Ziele und Strategien einzahlen. Aber wir sind hier ergebnisoffener und kreativer, was auch unsere Ansprechpartner:innen im Ministerium immer als großen Vorteil betonen.

Keine Erwartungshaltung?

Nicht in dem Sinne, dass binnen zwölf Monaten ein konkretes Ergebnis implementiert sein muss. Ministerium und ÖGK betrachten das Future Health Lab als neutralen Facilitator, als geschützten Kreativ-Raum, in dem kritische Themen mit Menschen besprochen werden können, die sie in ihrer eigenen Bubble nicht haben.

Also füllt das FHL eine Lücke?

Ja. Die Zuständigkeiten und Mandate der öffentlichen Hand sind rechtlich reguliert und definiert. Da gibt es kein Mandat und wenig Spielraum, sich beispielsweise außerhalb offizieller Verhandlungen mit Vertreter:innen der Pharmawirtschaft zu einem gemeinsamen



Vernetzen, austauschen, gemeinsam Lösungen kreieren: Seit 2023 wird im Future Health Lab an der Zukunft des Gesundheitswesens gearbeitet.

Thema zusammenzusetzen. Zudem gibt es kaum Strukturen, Prozesse und Ressourcen, um etwa in einen geordneten Dialog mit Gründer:innen zu gehen. Die haben ihr Kerngeschäft, das sie Tag für Tag enorm fordert, sodass für Innovation, Kreativität und Partizipation kaum Kraft und Ressourcen übrig sind.

Welche Motivation haben Unternehmen wie AstraZeneca und Boehringer Ingelheim, ins FHL zu kommen?

Eine total positive, weil sie neben ihrem Kerngeschäft, innovative Medikamente zu entwickeln, auch den Anspruch haben, an systemrelevanten Themen mitzuarbeiten und mitzugestalten. Am Anfang gab es natürlich Berührungspunkte beziehungsweise kennen wir die Vorbehalte der öffentlichen Hand. Aber wir sind nach den Gesprächen schnell zu dem Schluss gekommen, dass sie genau zu unserer Vision passen und sie uns nicht als Lobbying-Abteilung betrachten. Die langjährigen gemeinsamen Projekte und Aktivitäten bestätigen diese funktionierende Partnerschaft.

Für die noch jungen Health Start-ups im FHL sind die Partner sicher auch interessant.

Ja, natürlich. Sowohl unsere Partner als auch die Projekte im Rahmen unserer Health Missions. Daher haben wir neue Formate kreiert oder bestehende, wie unser Partner Breakfast, weiterentwickelt. Damit können Gründer:innen einerseits vor unseren Partnern pit-

chen, andererseits von und mit ihnen viel über die Rahmenbedingungen im österreichischen Gesundheitswesen lernen.

Ist das Hereinnehmen der Start-ups in den FHL-Kosmos Ergebnis einer Strategie?

Ja, aber es resultierte auch ein wenig aus der Erwartungshaltung an uns selbst. Der Impact Hub macht es ja seit vielen Jahren vor und natürlich war der Gedanke schon zu Beginn naheliegend, Start-ups in unser Lab einzubringen. Aber unser Weg musste zunächst ein anderer sein: Wir beginnen mit den Organisationen und Partnern, um übergreifende Kollaborationssektoren aufzubauen und auch die Offenheit für Neues zu etablieren. Erst seitdem diese Grundlage geschaffen ist, gehen wir aktiv auf Start-ups zu. Ich bin froh, wie gut der Founders Pass hier angenommen wurde. Der nächste Schritt könnte dann sein, in diesem Jahr noch den Weg für ein ähnliches Angebot für Health Professionals zu ebneten.

Wäre es nach drei Jahren nicht an der Zeit, zunächst einmal zu konsolidieren?

Wir sind immer noch in der Aufbauphase, nennen wir sie 2.0. Dieses Jahr sind wir in einem ganz wichtigen Prozess, weil die bestehenden Kooperationen vor allem mit unseren strategischen Partnern für die nächste Periode verlängert werden müssen. Wir müssen also in

dieser derzeit herausfordernden wirtschaftlichen Situation neu verhandeln. Aber ich bin zuversichtlich, dass uns das gelingt, weil wir mit dem Future Health Lab einen nachweislichen Mehrwert und Nutzen bringen.

Hast du eine Idee davon, wo ihr in fünf Jahren steht?

Ehrlich gesagt, habe ich keine konkreten Vorstellungen davon, wie groß das Team ist, wie viele Projekte laufen, wie viele Partner wir haben. Meine Erwartungshaltung ist eher, dass wir es schaffen, dass in fünf Jahren niemand mehr, der mit Innovationen im Gesundheitssystem zu tun hat, an uns vorbeikommt. Dass es selbstverständlich ist, dass man Innovationen für das öffentliche Gesundheitssystem im Future Health Lab findet bzw. gemeinsam mit uns gestaltet.

Und hier noch mehr Health Missions behandelt werden?

Meiner Meinung nach sind die wichtigsten Themen jetzt erst einmal abgedeckt, weil sich aktuell wichtige Aspekte innerhalb dieser drei Health Missions wiederfinden. Das Thema Pflege zum Beispiel ist derzeit ein Programmpunkt der ersten Health Mission ‚Optimierte Patient:innenpfade‘. Das kann sich aber natürlich dynamisch so weiterentwickeln, dass es eine eigene Health Mission wird. Aber wie gesagt: Meiner Meinung nach sind die bisherigen Schwerpunkte genügend offen, um die Entwicklungen im Gesundheitssystem auch zukünftig gut abbilden zu können.



ROMANA RUDA

ist seit über 15 Jahren eine Führungskraft im österreichischen Gesundheitswesen. Mit dieser Erfahrung und ihrem umfangreichen Netzwerk treibt sie als Leiterin des Future Health Lab die Zusammenarbeit und Innovation im Gesundheitssektor voran.

STECKBRIEF FUTURE HEALTH LAB

Standort: 1100 Wien
Eröffnung: 2023
Fläche: 624 m²
Mitarbeitende: 13
25+ laufende Innovationsprojekte
60+ involvierte Partner
400+ beteiligte Bürger:innen

AUSGEWÄHLTE PARTNER:

- AK Wien
- AstraZeneca
- austrian health forum
- Austrian Institute of Technology
- Boehringer Ingelheim
- Bundesministerium für Arbeit, Soziales, Gesundheit, Pflege und Konsumentenschutz (BMASGPK)
- FH Technikum Wien
- GSK
- idorsia
- Industriellenvereinigung Wien
- Joanneum Research
- Kärntner Gesundheitsfonds
- LISAvienna
- Ludwig Boltzmann Gesellschaft
- MSD
- Mavie Med
- MyAbility
- Österreichische Gesellschaft für Urologie und Andrologie
- Österreichische Gesundheitskasse (ÖGK)
- Österreichischer Gesundheits- und Krankenpflegeverband
- Österreichische Kardiologische Gesellschaft
- Österreichischer Gewerkschaftsbund
- ORF
- Roche Diagnostics
- Schachinger Logistik
- sclable
- Wirtschaftsagentur Wien
- Wirtschaftskammer Österreich

GELEBTE PUBLIC PRIVATE PARTNERSHIP

Das Future Health Lab wird in Partnerschaft mit dem Gesundheitsministerium und der ÖGK betrieben. Besonders ist die enge Zusammenarbeit über Systemgrenzen hinweg: Innovationen werden gemeinsam mit zentralen Akteur:innen entwickelt, im Kleinen erprobt und gezielt in die Versorgung überführt – etwa zur Verbesserung von Patientenpfaden, der Versorgung chronisch Erkrankter und durch neue digitale Angebote.

WIRKUNG MIT WOW

Ein direkter Austausch zwischen allen Akteur:innen in der Bildungslandschaft, das ist oberstes Ziel des Education Lab. In dem neuen Bildungszentrum am Karlsplatz werden Innovationen für Schulen und Kindergärten diskutiert und gemeinsam weiterentwickelt – so wachsen sie in die Breite.

el

Ein Donnerstag im März, einer der ersten sommerlichen Tage des Jahres. Durch die großen Rundbogenfenster fällt die Sonne großzügig ins Erdgeschoss der Maderstraße 1. Seit einem knappen Jahr sitzt hier, nur ein paar Schritte vom Karlsplatz entfernt, das Education Lab, ein Innovationszentrum für den Bildungsbe- reich. Es ist kurz vor 17 Uhr und der Raum bereits gut gefüllt mit Besucher:innen, die an diesem Abend da- ran mitarbeiten wollen, eine Lücke zu schließen. Und zwar jene zwischen der Entwicklung wirksamer Ideen für das Bildungssystem – und ihres Wachstums in die Breite, bis in die einzelnen Standorte hinein.

Die Stadt Wien hat das Education Lab initiiert, umge- setzt wird es vom Impact Hub. Für die Kick-off-Veran- staltung zu dem einjährigen Programm „Close the Gap“ haben sich an diesem Abend rund 30 Menschen versammelt, lauschen Inputs und Impulsen, diskutie- ren in Kleingruppen, notieren Learnings. Teilnehmer:in- nen aus anderen Landesteilen sind online bei dem hybriden Format dabei. Sie hören persönliche Erfah- rungsberichte, später folgen moderierte Tischrunden. Gedacht ist das Format für Pädagog:innen, Schullei- tungen, Bildungsinitiativen, Verwaltung, Forschung und Wirtschaft, andere Bildungsinteressierte sind ebenfalls willkommen. „Du musst nichts vorbereiten“, heißt es in der Einladung. „Bring deine Perspektive und Erfahrungen mit. Du gehst mit neuen Kontakten und Ideen nach Hause.“

Die unterschiedlichsten Akteur:innen der Bildungsland- schaft in direkten Austausch zu bringen – das ist das wichtigste Ziel des Education Lab. Gemeinsam sollen die relevanten Stakeholder mehr Raum und Sichtbar- keit für Bildungsthemen schaffen und gemeinsam Lö- sungen weiterentwickeln. Das Education Lab ist ein Ort, der Pädagog:innen kostenlos zur Verfügung steht, da- mit Treffen mit Kolleg:innen in einem inspirierenden und kreativen Arbeitsambiente stattfinden können. Gleich- zeitig sind die hohen lichten Räume am Ring eine groß- zügige Begegnungs- und Fortbildungsfläche für die gesamte Community der Bildungsgestalter:innen. Das Education Lab organisiert Themenforen wie „Kindergar- ten neu denken“, lässt in der Workshopreihe „Senior Buddys“ erfahrene Pädagog:innen ihre Erkenntnisse weitergeben, baut eine „Community of Practice“, eine Teaching Quality Academy und ein Cognitive-Science- Treffen auf. Das Mentoring-Programm „Education Lab Venture Fellowship“ begleitet die strategische Weiter- entwicklung gemeinnütziger Bildungsorganisationen ein ganzes Jahr lang.

Die Fenster zur Stadt hinaus haben breite Bänke, ge- polstert mit dicken Kissen und grob gestrickten Woll- decken. Bereits vom Gehsteig aus erblickt man locker verteilte Sitzgruppen und eine von der Decke schwe- bende geschwungene Leucht-Buchstaben-Schrift: „el“ für Education Lab. Bei den Farben dominieren Weiß,

helles Holz und Pastelltöne. Jede der rund 30 Partnerorganisationen des Education Lab ist mit einem be- druckten Blumentopf in einem bunt lackierten Regal vertreten. Neben dem Hauptraum gibt es eine Galerie mit Einzelplätzen sowie Gruppenräu- me verschiedener Größe. Eine Pinn- wand mit dem Umriss des Wiener Stadtgebiets ist vollgesteckt mit Kärt- chen, die den Weg zu unterschiedli- chen Bildungsprojekten in der Stadt weisen. Auf einem Spiegel steht in ei- ner Sprechblase: „Aber was, wenn’s doch klappt?“

Wie konzipiert man einen Raum, der gleichzeitig Wohlfühlort und Kreativ- schmiede sein soll, der die unter- schiedlichsten Gruppen ansprechen und ihren Austausch befördern will? Mitgründer Hinnerk Hansen hat die In- nengestaltung gemeinsam mit Desig- ner Alex Riegler verantwortet. „Wir ha-

Bei den Events im Education Lab sind nicht nur die „Großen“ zu Gast ...



ben einen Ort gesucht, den man von nahezu überall aus der Stadt in einer guten halben Stunde erreichen kann“, sagt er. Das Erdgeschoss nahe des Verkehrsknotenpunktes Karlsplatz konnte das Gründungsteam vom Zuschnitt bis zu den Oberflächen mitgestalten. „In den Planungen ging es viel um die Philosophie kollaborativer Räume, Partizipationsmöglichkeiten oder die Moderation kollektiver Intelligenz“, sagt Hansen. Wichtig war ihm auch der „Wow-Faktor“ – das erste Gefühl beim Hineingehen.

Das Raumkonzept will Pädagog:innen, angehende Pädagog:innen, Bildungsinitiativen und andere engagierte Akteur:innen aus dem Bildungswesen die verdiente Wertschätzung zeigen. Das Education Lab soll ihr Ort sein. Bis ins Detail wurde durchdacht, wie sein Design Kollaboration fördern kann. Und: wie viel Einblick der Raum trägt. Denn zu Anfang fragte sich Hinnerk Hansen, ob die großen Fensterfronten zur Straße die Vertraulichkeit vielleicht stören würden. Aber das Gegenteil ist der Fall. „Viele melden uns zurück, wie schön sie diese Offenheit finden“, sagt er. „Dass es neugierig macht, wenn da die Bildungsstadträtin Bettina Emmerling sitzt oder 30 Schulkinder zu Besuch sind. Der Ort weckt Interesse und bleibt in Erinnerung.“

Bereits im ersten Jahr sind knapp 10.000 Besucher:innen ins Education Lab gekommen. Die aktive Community repräsentiert bereits 30 Prozent aller Wiener Schulen. „Wir sind in einem guten Prozess des Bekanntwerdens“, sagt Caro Hödl, verantwortlich für die Kommunikation. Gemeinsam mit Julia Pichler, der Leiterin des Education Lab, und Theresa Valenta, die sich um den Bereich Community kümmert, sitzt sie auf der Fensterbank mit Blick auf den Ring. „Ich glaube, wer zu uns kommt, zu einer Veranstaltung oder zum Gespräch mit anderen, spürt schnell, welchen Mehrwert das Education Lab bietet.“ Theresa Valenta nickt. „Ich höre von vielen Pädagog:innen, dass sie das Bedürfnis nach Austausch und Supervision haben. Dass sie mit Themen kämpfen, die sie gerne anders machen würden. Aber oft fehlt es an ihren Schulen oder Kindergärten an Bereitschaft und Offenheit.“

... sondern auch die, um die es hier geht: die Kinder und Jugendlichen.



Ein Kurs in Selbstvertrauen

Tomoko faltet einen kleinen Hasen mit den Kindern. Ein Ohr steht nach oben, das andere wird treuherzig nach unten geknickt. Dann noch ein Gesicht daraufgemalt, fertig – die Erst- und Zweitklässlerinnen rund um den Tisch und um Tomoko kichern. Sie nehmen an diesem Mittwochnachmittag in der Gablenzgasse im 15. Bezirk an einem Origami-Kurs teil, den Kursleiterin Tomoko jede Woche hält. Er ist Teil des bunten Freizeitprogramms zwischen Tanzen, Töpfern und Tischtennis, das montags bis freitags in dem früheren Kindergarten im Hof eines Wiener Gemeindebaus stattfindet.

Hinter den kostenfreien Angeboten in Stadtbezirken, in denen besonders viele armutsgefährdete Familien leben, steht das Sozialunternehmen Hobby Lobby, eine der 30 Partner:innen-Organisationen des Education Lab. Gegründet hat sie 2019 Rosa Bergmann, Sozialwirtschaftlerin und Teach for Austria-Fellow. Nach zwei Jahren Einsatz für mehr Bildungsgerechtigkeit an einer Wiener Mittelschule war ihr klar: Mangelnde Freizeitangebote sind ein ungeheuer negativer Faktor. „70 Prozent unseres Wissens erwerben wir im informellen Bereich, sprich: außerhalb klassischer Bildungsorganisationen“, sagt Bergmann. „Ob Kinder und Jugendliche Hobbys haben können, ist entscheidend für ihr ganzes späteres Leben.“

Sieben Jahre nach Gründung hat die Hobby Lobby fünf Standorte in Wien, landesweit sowie mit je einem Sitz in Deutschland und Rumänien sind es 15. Seit 2019 hat das Sozialunternehmen mehr als 16.000 Kursplätze an Kinder und Jugendliche vergeben – und trotzdem: „Die Nachfrage übersteigt das Angebot bei Weitem“, sagt Magdalena Reiter-Reitbauer, die für die Öffentlichkeitsarbeit zuständig ist. Die Hobby Lobby finanziert sich durch einen Mix öffentlicher Förderungen, privater Spenden, Stiftungen und Unternehmenskooperationen. Die Kursleiter:innen arbeiten ehrenamtlich. „Es ist so toll zu erleben, wie die Kinder Kontakt aufbauen, ihre eigenen Leidenschaften weitergeben.“

In der Gablenzgasse assistiert eifrig ein Jugendlicher beim Origami-Falten und dem nebenan stattfindenden Schachkurs. Er war selbst ein Kind der Hobby Lobby, hat früher Kurse belegt. Nun wird er, im hausinternen Programm Youth Leaders, zum Kursleiter ausgebildet. Er will sich engagieren, Verantwortung übernehmen – und das weitergeben, was er bei der Hobby Lobby erfahren hat: Selbstvertrauen, Selbstwirksamkeit, Anerkennung. Und jede Menge Spaß.

Wie Theresa Valenta hat auch Julia Pichler selbst als Lehrerin gearbeitet, im Rahmen des Social Leadership Programms „Teach for Austria“, das Hochschulabsolvent:innen aller Fachrichtungen für zwei oder mehr Jahre an Schulen und Kindergärten einsetzt, um das Potenzial von Kindern aus bildungsfernen Familien besser zu entfalten. „Ich hatte das Gefühl, im Umfeld meines Klassenzimmers wirklich etwas verändern zu können“, sagt Pichler. Sie ist mit zwei gehörlosen Eltern aufgewachsen und hat früh erlebt, „was es bedeutet, nicht dieselben Chancen zu haben“. Größere Gerechtigkeit, mehr Durchlässigkeit soll das Education Lab ins Bildungssystem tragen. Dazu gehört, Pädagog:innen zu stärken, sie weiterzubilden und ihnen übergreifenden Austausch zu organisieren. „Alle Pädagog:innen sollen die besten sein, die sie sein können“, sagt Julia Pichler. „Wir vernetzen sie untereinander. Es war lange ein Einzelkämpfer-Ding, Lehrer:in oder Elementarpädagog:in zu sein. Aber inzwischen steigt zum Glück das Bewusstsein, dass wir Bildungsinnovation nur gemeinsam schaffen.“

Einen physischen Ort für ein Netzwerk aller Bildungsgestalter:innen gab es in Wien vor dem Education Lab nicht. „Wir hören oft, dass wir hier etwas schaffen, was sich viele gewünscht haben“, sagt Theresa Valenta. Und Caro Hödl ergänzt: „Auch, weil wir eine politische Mandatierung der Stadt haben, aber eine neutrale Rolle einnehmen.“ Das Education Lab werde als Brücke und Verbindungsglied wahrgenommen, als Expert:innenpool und Sparringspartnerin in Sachen kultureller Vielfalt in Schulen oder zum Innovationstransfer in der pädagogischen Ausbildung. Schulentwicklung, neue didaktische Prinzipien und Methoden, das Onboarding von Pädagog:innen, aber auch Fragen rund um gemeinsame Sprache und Mehrsprachigkeit – für Themen wie diese steht das Education Lab.

Rund die Hälfte der österreichischen Pädagog:innen sind burnoutgefährdet oder fühlen sich zumindest stark überfordert, das zeigen Studien. „Wir stehen bei diesem Thema noch am Anfang“, sagt Julia Pichler, „aber wir haben uns zum Ziel gesetzt, in Interviews mit den wichtigsten Stakeholdern alles dazu zu sammeln.“ Und dann gemeinsam zu überlegen, wie sich auch diese Lücke schließen lässt. Was brauchen die Pädagog:innen? Wen muss man an den Tisch holen, um nachhaltig zu verändern? „Das Prinzip Augenhöhe funktioniert wunderbar“, beobachtet Pichler immer wieder. „Bei uns können alle ihre Meinung frei äußern, unabhängig von Hierarchien. Sie bekommen Zugang zu Personen, die sie sonst nicht so einfach kontaktieren können. Das bringt eine ganz andere Dynamik hinein.“

Die Auftaktveranstaltung zu „Close the Gap“ neigt sich dem Ende ihres offiziellen Teils zu. Im Hintergrund ist das Klappern von Besteck zu hören, Getränke werden auf die Theke gerückt. An den Tischen stecken die Teilneh-

menden ihre Post-its ein, Kontakte sind notiert, es wird locker weitergeplaudert. Viele kannten das Education Lab schon, für andere war es der erste Besuch. Die erste persönliche Begegnung sei besonders wichtig, hat Julia Pichler am Nachmittag gesagt. Ein Blick in die Gesichter, die gelöste Stimmung, die angeregten Gespräche – all das sieht sehr nach einem Wiederkommen aus.



JULIA PICHLER

ist seit fast 10 Jahren im Bildungswesen tätig, vom Unterricht bis hin zur Politikgestaltung. Mit ihrer Erfahrung bei der Einführung innovativer Ansätze in Schulen und Kindergärten entwickelt sie Programme und baut eine Community für Wiens Pädagog:innen auf.



Spielerisch Lösungen finden im Education Lab

STECKBRIEF EDUCATION LAB

Standort: 1040 Wien
Eröffnung: 2025
Fläche: 550 m²
Mitarbeitende: 13
430 Mitglieder
9.475 Besucher:innen
>30% der Wiener Schulen involviert

AUSGEWÄHLTE PARTNER:

- Bildungsdirektion Wien
- Bundesministerium für Bildung
- COOL
- Founders Pledge
- Hobby Lobby
- IFTE
- Innovationsstiftung für Bildung
- Industriellenvereinigung Wien
- Kirchliche Pädagogische Hochschule
- KiWi – Kinder in Wien
- MAD/Mellow Yellow
- MEGA Bildungsstiftung
- Mintality
- NeBÖ – Netzwerk elementare Bildung Österreich
- ÖBV – Österreichischer Bundesverlag Schulbuch
- ovos play
- Pädagogische Hochschule Wien
- Schule im Aufbruch
- Stadt Wien
- Stiftung Wirtschaftsbildung
- St. Nikolaus Stiftung
- Teach For Austria
- The Things We Learn
- UNICEF
- vindobini
- Vision61
- Wiener Bildungsserver
- WienXtra
- wirkt.

KINDERGARTEN NEU DENKEN

Seit 2026 richtet das Education Lab gemeinsam mit der Stadt Wien regelmäßig Themenforen aus, in denen Pädagog:innen, Verwaltung und Expert:innen zentrale Fragen diskutieren und Lösungen entwickeln. Im Fokus stehen gerechte Startchancen, Sprache, Elternzusammenarbeit und Personal. Die Ergebnisse fließen direkt in die Reform „Kindergarten neu denken“ ein und tragen zur konkreten Weiterentwicklung der Elementarbildung in Wien bei.

EINE DENKFABRIK OHNE TABUS

Um Bildungsinnovationen ins Schul- und Kindergartensystem zu bringen, braucht es den Austausch aller relevanten Stakeholder. Vizebürgermeisterin und Bildungsstadträtin Bettina Emmerling über einen Ort, an dem offen und hierarchiefrei neugedacht wird.

Frau Emmerling, das Education Lab ist auf Initiative der Stadt Wien entstanden. Wie beschreiben Sie seine Aufgabe in ein paar Sätzen?

Das Education Lab ist einzigartig in Österreich und eine echte Denkfabrik für die Bildungslandschaft. Es gibt eine Vielzahl von Leuchttürmen, die damit in die Breite gebracht werden, und so voneinander gelernt werden kann. Bildungsinnovation passiert an vielen Orten, aber um sie zu bündeln und in die richtigen Bahnen zu lenken, braucht es eine Institution wie das Education Lab. Wir wollen Kollaborationen fördern, Wirkung bei Kindern und Jugendlichen erzeugen, das Personal der Kindergärten und Schulen unterstützen – und so dazu beitragen, dass Wien seinem Ziel der mitteleuropäischen Bildungshauptstadt näher kommt.

Sie sprechen von einer „Denkfabrik“: Was wird im Education Lab gedacht, das es im bestehenden System bisher nicht gibt?

Neu ist, dass wir mit dem Education Lab einen Raum schaffen, in dem ohne Tabus diskutiert werden kann und man gemeinsam an Neuem arbeitet. Es ist ein Ort, an dem Bildung übergreifend weiterentwickelt wird. Das Education Lab hilft zudem, diese Bildungsansätze dann schneller dorthin zu bringen, wo sie wirken: zu den Kindern und Pädagog*innen in den Bildungseinrichtungen. Ich mache einmal ein konkretes Beispiel: Das Education Lab Venture Fellowship unterstützt gemeinnützige Bildungsorganisationen in Wien dabei, ihre Angebote strategisch



Bildungsstadträtin Bettina Emmerling startet den Reformprozess „Kindergarten Neu Denken“ im Education Lab.

weiterzuentwickeln und hilft mit Struktur und persönlicher Begleitung, beim Übergang von der Theorie in die Praxis.

Wien will „mitteleuropäische Bildungshauptstadt“ werden – welche Rolle spielt das Education Lab konkret auf diesem Weg?

Es bietet Räume, Programme und ein Netzwerk für alle, die Bildung aktiv mitgestalten – von Pädagog*innen und Leitungspersonen in Bildungseinrichtungen über Bildungsinitiativen bis hin zu Verwaltung, Politik, Wissenschaft und Wirtschaft. Das Education Lab fördert ganz aktiv Austausch und Zusammenarbeit innerhalb der Bildungscommunity.

Die Themen des Education Lab sind breit gefächert, reichen von Kindergarten bis Schule – wie lassen sich Schwerpunkte setzen, ohne sich zu verzetteln?

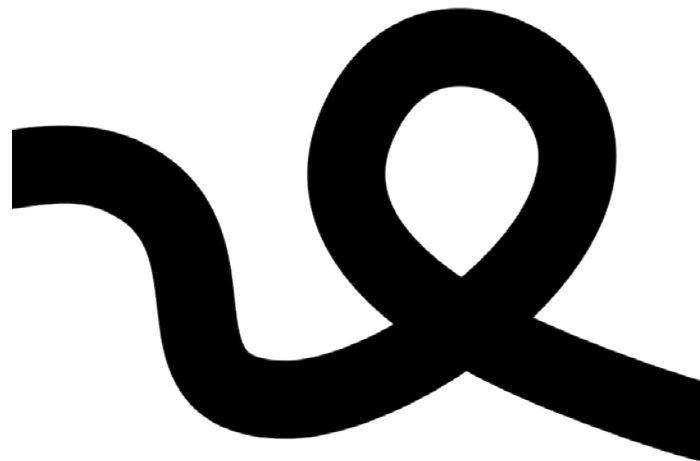
Die thematischen Schwerpunkte werden gemeinsam mit Bildungsakteur:innen erarbeitet – der Fokus kann dabei zum Beispiel auf Sprachkompetenz, Inklusion oder Schulautonomie liegen. Ein besonderes Anliegen ist mir der derzeitige Schwerpunkt auf der Elementarbildung.

Wo sehen Sie im Bildungssystem aktuell die größten Hebel für mehr Chancengerechtigkeit?

Für mich ist der Kindergarten als erste Bildungseinrichtung sehr wichtig. Deshalb habe ich Anfang 2026 die Reform „Kindergarten neu denken“ begonnen. Wir wollen nicht nur den pädagogischen Rahmen neu denken, sondern auch die Attraktivität des Berufs erhöhen. Ich möchte, dass die Motivation, warum man diesen Beruf gewählt hat, wieder aufblüht und den Alltag bestimmt. Ich will, dass Raum dafür da ist, Talente aktiv zu fördern. Dafür müssen Pädagog*innen von administrativen Tätigkeiten freigespielt werden. Auch multiprofessionelle Teams sollen die pädagogische Arbeit unterstützen und den Alltag erleichtern.

Wenn Sie drei Jahre vorausblicken: Woran erkennen Sie, dass das Education Lab wirklich etwas verändert hat?

Wenn möglichst viele innovative Ansätze dort angekommen sind, wo sie hingehören: bei Kindern und Pädagog*innen. Mein Ziel ist es, dass andere Länder nach Wien blicken, um sich in Sachen Bildungsinnovation etwas abzuschauen – und dafür spielt das Education Lab als Motor eine ganz wichtige Rolle.



BETTINA EMMERLING (NEOS)

studierte Umweltsystemwissenschaftlerin. Sie war von 2015 bis 2025 Abgeordnete zum Wiener Landtag und Mitglied des Wiener Gemeinderates. Seit dem 7. März 2025 ist sie Vizebürgermeisterin der Stadt Wien sowie Stadträtin für Bildung, Jugend, Integration und Transparenz. Chancengerechtigkeit und Aufstiegsmöglichkeiten durch Bildung gehören zu ihren wichtigsten politischen Themen.

15

JAHRE IMPACT HUB IN ZAHLEN

Reichweite

150+ Mitarbeitende

450+ Partnerschaften

5.000+ Mitglieder

60.000+ Social-Media-Follower

175.000+ Gäste bei über 12.500 Events & Workshops

13.000.000+ erreichte Klient:innen und Begünstigte

Wertschöpfung

1.084 neue Start-ups gegründet

214+ Mio. Euro Investitionen ermöglicht

9.903 neue Jobs geschaffen

30+ Mio. Euro eigene Investitionen ins Ökosystem getätigt

64 Multi-Partner-Projekte (*öffentlich & privat*) umgesetzt

Die dargestellten Daten und Informationen basieren auf jährlichen Community-Umfragen und langfristigen Analysen, die zwischen März 2011 und August 2025 durchgeführt wurden. Der endgültige Datensatz umfasst 1.125 Umfrageteilnehmende, 716 Unternehmensdatensätze und 5.011 Mitgliedsdatensätze von Impact Hub, Climate Lab, Future Health Lab und Education Lab, nachdem Doppelzählungen entfernt und einzelne Ausreißer korrigiert wurden. Die Ergebnisse wurden unabhängig analysiert und zusammengestellt durch das Center for Social Entrepreneurship and Social Innovation an der Wirtschaftsuniversität Wien in Abstimmung mit Impact Hub Vienna. Die abschließende Studie und Veröffentlichung wurde durch die ERSTE Stiftung und die Wirtschaftsagentur Wien unterstützt.

Programme

83 Start-up-Programme (*43 national, 40 international*)

716 unterstützte Start-ups

67 % der Start-ups sind heute noch aktiv (*Ø Alter: 7 Jahre*)

42 Länder, aus denen Start-ups stammen

50,6 % der Start-ups haben Frauen im Gründer- oder Führungsteam

Community

5.011 Mitglieder seit 2010

77,3 % von ihnen sind Gründer:innen oder Mitgründer:innen

144.945 Stunden Peer-Support (*Feedback, Mentoring, Beratung*)

77.732 neue wertvolle Kontakte entstanden

42,6 Net Promoter Score

Wirkung

Welchen Beitrag unsere Community mit ihren Unternehmen leistet:

37 % sozial

35 % finanziell

28 % ökologisch

9/10 Unternehmen orientieren sich an den SDGs der UN

DIE MAGIE DER MESSUNG

Wer das Gute tut, sollte nicht nur darüber reden, sondern es auch messen lassen. Das globale Impact Hub Netzwerk und der Impact Hub in Wien erheben in Partnerschaft mit der Wirtschaftsuniversität Wien seit über 15 Jahren Daten als Beleg ihrer Wirksamkeit. Nun erfolgt der nächste Entwicklungsschritt.

Wer es heute bei der Behauptung belässt, die Welt zu einem besseren Ort zu machen, kann einpacken. Jahrelang klappte es ganz gut, dass soziale Organisationen lediglich das Ziel ihrer Aktivitäten benennen konnten, um vor allem Fördergelder, Preise und Spendenschecks einsammeln zu können. Das hat sich in den vergangenen Jahren grundlegend geändert. Heute verlangen Kapitalgeber und Partner, aber auch zunehmend die eigenen Mitarbeitenden in den Organisationen einen evidenzbasierten Nachweis über die Wirksamkeit aller Bemühungen. Womit wir in einem Raum sind, in dem Begriffe wie Wirkungslogik und Wirkungsmessung, IOOI-Modell und Theory of Change herumschwirren (siehe Kasten). Oder wie Alyona Asyamova zwischen zwei Schluck Kaffee sagt: „Es ist komplex.“

Sie muss es wissen. Die Impact Strategy Managerin mit den Schwerpunkten Social Methods und Public Policy war in der an Pioniertaten nicht armen Geschichte des Impact Hub die Erste, die gemeinsam mit dem Wissenschaftler Dr. Peter Vandor von der Wirtschaftsuniversität Wien an einer Wirkungslogik arbeitete, damals zunächst noch für das globale Impact Hub Netzwerk. „Damit haben wir für das Netzwerk und viele andere Organisationen Neuland betreten“, sagt sie. „Aber darauf bauen wir bis heute auf.“

Die heute als freie Beraterin tätige Expertin hatte sich Anfang der 2010er Jahre bei der globalen Dachorganisation der Wirkungsstrategie und einem Change-Prozess gewidmet – und war schon früh davon überzeugt: „Um unsere Thesen zu bestätigen, brauchten wir einen Beleg, einen Beweis. Wir mussten also unsere Wirkung messen.“ Doch wie nur? „Uns war schnell klar, dass wir dafür eine Uni brauchen, weil man bei der Datenerhebung immer den Blick von außen braucht. Zum einen aus Gründen der Glaubwürdigkeit und Transparenz; zum anderen,

weil mit zunehmender Größe eine externe Evaluation durchgeführt werden muss.“ Damals habe das Thema Wirkungsmessung noch in den Kinderschuhen gesteckt und nur vereinzelt Literatur darüber existiert. Logikmodelle wie IOOI oder die Theory of Change habe es zwar gegeben, allerdings im Sektor Social Entrepreneurship keine Wirkungsmessung oder ein Impact Reporting.

Also selbst machen. In Dr. Peter Vandor von der Wirtschaftsuniversität Wien fand sie ihren Mitspieler. Vandor, damals akademischer Leiter der NGO Academy und heute Leiter des Centers für Social Entrepreneurship and Social Innovation, und sie erarbeiteten auf Grundlage schon vereinzelt existierender Wirkungslogiken im Impact-Hub-Kosmos eine erste Theory of Change – auch unter Beteiligung weiterer Impact Hubs in Amsterdam, Zürich, London, Madrid und Caracas. „Dann musste alles durch den Governance-Prozess“, erinnert sich Alyona Asyamova. „Jeder Impact Hub sollte sich dazu äußern können.“ Ein hehres Anliegen – und gar nicht so einfach. Stichwort: Zeitverschiebung: „Find mal eine für alle gute Zeit, um gleichzeitig mit den Teams aus den Impact Hubs in San Francisco, Singapur und Mailand zu sprechen.“

Am Ende stand ein „Monster-Excel-Sheet mit Hunderten Eingaben“, indivi-

WIRKUNGSLOGIK

Für eine Logik ihrer Wirkung (oder: Theory of Change) bedienen sich viele soziale Organisationen am IOOI-Modell, wobei die vier Buchstaben für Input, Output, Outcome und Impact stehen. Der Input bedeutet dabei die eingesetzten Ressourcen wie Personal, Zeit und Geld, der Output bezeichnet konkrete Maßnahmen, mit denen die Zielgruppen erreicht werden sollen, die dann im Idealfall ihr Bewusstsein und Handeln (Outcome) ändern, ehe sich auf der höchsten Stufe in der Gesellschaft etwas verändert (Impact). Diese Logik wird mit konkreten Indikatoren hinterlegt und gemessen. Anhand der Daten lässt sich – verkürzt gesagt – ablesen, ob die Logik „funktioniert“, ob man nachsteuern oder gänzlich andere Wege beschreiten muss. Es ist ein iterativer, nie endender Prozess.

duellen Besonderheiten, Trade-offs, das nach Bereinigung abermals durch den Prozess geschickt werden musste. „Es war alles wahnsinnig kompliziert“, sagt die Expertin. „Aber auch wahnsinnig wichtig.“ Was sich auch daran ablesen lässt, dass die damals aufgesetzte Wirkungslogik in ihren Grundzügen bis heute – natürlich in reiferer und ausdifferenzierter Form – gültig ist.

„Die Wirkungslogik des Impact Hub Netzwerks war zur damaligen Zeit stärker als heute auf Co-Working und Kollaboration ausgerichtet“, erinnert sich Dr. Peter Vandor. „Wir haben damals versucht, vor allem den ersten ‚Bounce of the Ball‘ zu messen.“ Was er damit meint: Man habe gemessen, welche Wirkung man direkt für seine Mitglieder und indirekt durch deren Interagieren erzielt. „Schließlich war nur das unser Einflussbereich. Was die Mitglieder dann für ihre jeweiligen Zielgruppen machten, wollten wir nur noch deskriptiv darstellen. Das hat die Komplexität auf ein Maß reduziert, mit dem wir wissenschaftlich sauber arbeiten konnten.“

Gemeinsam entwickelten Vandor und Asyamova auf dieser Basis eine Umfrage, sowohl für die Mitglieder, aber auch für die Angestellten. „Und dann passiert etwas Magisches“, sagt die Fachfrau begeistert. „Es kommen neue Erkenntnisse dabei heraus.“ In diesem Fall: Neben sehr positivem Feedback die Learnings, wie bedeutend die Rolle der Hosts und das Thema Vertrauen ist, dessen es schließlich bedürfe, um „sein Business-Modell mit einem Fremden zu besprechen“.

Nun ist es an der Zeit, die nächste Stufe des Wirkungslogik-Prozesses zu zünden: Asyamova hat dafür die von der WU Wien erhobenen Wirkungszahlen für das globale Netzwerk aus den vergangenen Jahren ausgewertet, qualitative Daten in Form von Interviews erhoben und in einen ersten Entwurf für eine eigenstän-

dige Theory of Change des Impact Hub Wien gegossen. Außerdem hat sie auch einen Versuch gestartet, die Wirkungs- mit der ESG-Logik (siehe Interview) zu verbinden.

„Wenn wir über Wirkung sprechen, vernachlässigen wir gerne die sozialen und ökologischen Aspekte vor allem im Bereich des Input“, sagt sie, also im Bereich der Ressourcen, die in den Wirkungsprozess eingespeist werden. „Woher kommen die Laptops? Woher kommt der Strom? Wie nachhaltig sind unsere Zulieferer? Wie steht es um Gehälter, Arbeitsbedingungen oder Transparenz? Woher kommt der Bleistift?“ Auch soziale Organisationen wie der Impact Hub haben schließlich die Aufgabe, ihre gesellschaftliche Verantwortung für Umwelt und Mensch zu erfüllen, auch wenn sie nicht unter das ESG-Reporting fallen. Zumal der Impact Hub auch zu diesen Themen berät. Alyona Asyamova nimmt einen letzten Schluck Kaffee. „Walk the talk“, sagt sie zwinkernd und verschwindet im Gefühl von Wien.



ALYONA ASYAMOVA

baute im globalen Impact Hub Netzwerk den Bereich Wirkungsstrategie und -messung auf und leitete ihn über viele Jahre. Heute berät sie Organisationen zu Strategie, Wirkung, Nachhaltigkeit und Innovation.

NACHHALTIGKEIT IST AUCH HIER VON HOHER RELEVANZ

Bereits 2024 hat der Impact Hub eine Nachhaltigkeits-Roadmap vorgelegt. Das große Ziel: Klimaneutralität bis 2030. Dazu wurden nun gemeinsam mit der Unternehmensberatung 36° sustainability die ökologischen und sozialen Bereiche gemäß der ESG-Logik unter die Lupe genommen. Ein Gespräch mit dem 36°-Projektleiter Roman Mesicek, einem ausgewiesenen Nachhaltigkeitsexperten.

Herr Mesicek, Sie kennen den Impact Hub seit der ersten Stunde. Wie beurteilen Sie seine Bedeutung für Wien und Österreich?

In meiner früheren Rolle als Geschäftsführer von re-spect, einer Plattform für nachhaltiges Wirtschaften, lag das Thema Social Entrepreneurship im Arbeitsumfeld. Da war es logisch, sich auch diesem Feld zu widmen, auch wenn damals noch kaum jemand wusste, was genau das eigentlich ist. Insofern ist es dem Impact Hub zu verdanken, dass das Thema bekannt wurde. Zudem haben sie besonders bei Unternehmen viel bewegt, auch deshalb, weil sie eine extrem neutrale Position allen Partnern gegenüber einnehmen. Man kam und kommt bis heute nicht um den Impact Hub herum, seine Bedeutung ist extrem groß für die Stadt und das Land.

Nun schlägt der Impact Hub ein neues Kapitel auf und bilanziert 2026 erstmals nach der ESG-Logik (E=Environment, S=Social, G=Governance). Warum?

Auch wenn Nachhaltigkeit auf europäischer Ebene zuletzt deutlich herunterpriorisiert wurde, bleibt es ein wichtiges Thema. Für den Impact Hub ist es vor allem in den Kooperationen mit anderen Unternehmen von hoher Relevanz, sich damit auseinanderzusetzen. Denn: Jene Unternehmen, die unter die Berichtspflicht fallen, verlangen entsprechende Daten auch von ihren Partnern. Zudem war es ohnehin an der Zeit, sich mit Aspekten wie dem eigenen CO₂-Footprint zu beschäftigen. Gerade wer einen solch hohen Anspruch an gesellschaftlicher Transformation hat, muss seine Verantwortung für Umwelt und Mensch nicht nur wahrnehmen, sondern auch dokumentieren. Die Stakeholder:innen, die am Prozess beteiligt waren, waren sehr interessiert an dem Thema.

Wie lief der Prozess ab?

Wir hatten je einen Workshop mit internen Stakeholder:innen im Impact Hub und in den drei Labs, zudem einen mit ausgewählten Service-Mitarbeitenden. Nach Maßgabe eines europäischen Nachhaltigkeitsstandards haben wir die sogenannte Wesentlichkeitsanalyse durchgeführt. Das heißt, wir haben in einem partizipativen Prozess erhoben, welche ökologischen und sozialen Themen wesentlich für die Impact-Hub-Gruppe sind. Da schaut man vor allem auf die Wertschöpfungskette und wie man sie im Managementkontext mit der Theory of Change zusammenbringt, also vor allem auf den Input und weniger auf den Impact, auf den die meisten fokussieren. Plakative formuliert: Uns haben nicht die coolen Leute mit ihren coolen Projekten im Impact Hub interessiert, sondern was es an Ressourcen kostet, den Raum warm zu halten.

Waren externe Stakeholder:innen beteiligt?

Ja, wir haben zwei weitere Workshops mit Vertreter:innen bedeutender Partner durchgeführt, von der Erste Bank, Vollpension, dem Ministerium, der ESSL Stiftung, Wirtschaftsagentur Wien und dem Klima- und Energiefonds, die den Prozess hälftig finanziert haben. Ein toller Prozessschritt.

Was kam am Ende dabei heraus?

Eine Liste mit Themen und entsprechenden Kennzahlen, die der Impact Hub nun erheben wird.

Und inhaltlich?

Vor allem fokussieren sie auf die Klima und Kreislaufwirtschaft, was maßgeblich das Beschaffungsmanagement betrifft. Es gibt bereits eine Beschaffungspolicy beim Impact Hub, in der festgelegt ist, welche

Produkte nach welchen Kriterien eingekauft werden dürfen und welche nicht. Sie müssen entweder refurbished sein oder ein entsprechendes Siegel haben. Auch beim Abfall und der Mülltrennung gibt es erste Daten, auf die jetzt aufgebaut wird.

Was ist mit Emissionen?

Bei den direkten und indirekten Treibhausgasemissionen wie zum Beispiel dem Bezug von Strom, ist das kein Problem. Schwierig ist es, wenn wir zum Beispiel über die Mobilität der Mitarbeitenden sprechen oder der Gäste, die zu Veranstaltungen anreisen.

Gibt es auch soziale Indikatoren?

Ja, zum Beispiel bezüglich der Diversität in der Stakeholder:innen-Gruppe: Haben nur Akademiker:innen einen Büroplatz? Wie integriert sind Menschen mit Migrationshintergrund? Aber auch barrierefreie Kommunikation und Schulungsstunden pro Mitarbeitenden sind Themen. Gleichzeitig wird bereits eine anonymisierte Burnout-Befragung durchgeführt, was der Standard zwar nicht vorgibt, aber die natürlich auch ins Reporting eingebracht wird.

Ist Ihre Arbeit damit getan?

Wir haben den Prozess gesteuert und einen Vorschlag fürs Dashboard gemacht, das jetzt die Geschäftsführung bearbeitet. Das Tracken der Daten und Zusammenfassen liegt auch beim Impact Hub, im Frühjahr 2027 rechne ich mit den ersten Ergebnissen.

Haben Sie noch Empfehlungen?

Jetzt wird die Geschäftsführung diese Ergebnisse mit ihrer Strategie, Planung und auch der Unternehmenskultur verbinden. Dabei ist meiner Ansicht nach wichtig, in einem transparenten Prozess alle Mitarbeitenden einzubinden und aktiv im Prozess zu halten. Vielleicht könnte man zudem Umweltbeauftragte für jeden Standort bestimmen, die mit dem Nachhaltigkeitsmanager verbunden sind. Es ist jedenfalls viel Potential, hier wirklich etwas durch das ESG-Reporting zu bewegen.



Roman Mesicek

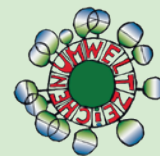
begleitet seit 25 Jahren Unternehmen, Hochschulen und Organisationen dabei, Nachhaltigkeit und Verantwortung strategisch zu verankern und operativ umzusetzen. Er hat 13 Jahre an der Universität Krems gelehrt und ist heute Partner der ThirtySix Degrees Sustainability Consulting GmbH.

NA, LOGISCH!

Seit 2026 ist die Unternehmensgruppe des Impact Hub als Verified Social Enterprise zertifiziert. Die Austria Wirtschaftsservice GmbH verleiht dieses Label nach Prüfung durch ein unabhängiges Impact Board sowie im Rahmen einer Juryentscheidung an Unternehmen, deren wirtschaftliche Tätigkeit auf gesellschaftliche Wirkung ausgerichtet ist.



Alle vier Standorte des Impact Hub sind mit dem Österreichischen Umweltzeichen zertifiziert. Das unabhängige Gütesiegel für Umwelt und Qualität wird vom Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Klima- und Umweltschutz, Regionen und Wasserwirtschaft verliehen. Bewertet werden unter anderem Rohstoff- und Energieverbrauch, Emissionen, Abfallaufkommen sowie Recyclingfähigkeit.



Das Prüfungs- und Beratungsunternehmen EY zeichnete Hinnerk Hansen 2025 als „Entrepreneur of the Year“ in der Kategorie Social Entrepreneur aus. Seit 20 Jahren verleiht EY den Award an Persönlichkeiten, die mit Ideen und Leidenschaft Zukunft gestalten. Er zählt zu den bedeutendsten Preisen für Unternehmertum – nicht nur in Österreich.



NEHMEN SIE PLATZ!



Here's to the
people who
want to make
a difference.

To those
who dream,
believe, and
act.

Here's to you.



Wenn auch Sie gemeinsam mit einer starken und lebendigen Community daran mitwirken wollen, einen Unterschied zu machen und viele gute Innovationen für die Herausforderungen unserer Zeit zu kreieren, sind Sie herzlich willkommen! Ob als Entrepreneur oder Philanthrop, als Unternehmen oder Verwaltung, Stiftung oder NGO. Je größer und dichter wir gemeinsam das Netzwerk der gesellschaftlichen Wirkung weben, desto stärker ist seine Kraft. Für unsere Zukunft.

Wir danken allen, die uns bis heute begleitet, unterstützt, herausgefordert, angetrieben, gelobt und getadelt haben. Ohne das Mitwirken vieler Menschen, Organisationen und Unternehmen wäre der Impact Hub nicht denkbar. Wir verneigen uns – und würden uns freuen, wenn weitere Partner:innen die Reise in noch mehr gesellschaftliche Wirkung mit uns antreten würden. Es lohnt sich.

Impressum

Herausgeber: Impact Hub Vienna GmbH

Lindengasse 56/18-19

1070 Wien, Österreich

T +43 (0) 1 522 7143

vienna.hosts@impacthub.net

www.vienna.impacthub.net

Geschäftsführung: Hinnerk Hansen, Jakob Detering

Konzept: KOMBÜSE GmbH

Text: KOMBÜSE GmbH (Thomas Friemel, Christiane Langrock-Kögel), Impact Hub Vienna GmbH (Hinnerk Hansen, Stephanie Don), Matthias Reisinger, Thomas Vellacot

Gestaltung: KOMBÜSE GmbH (Saskia Immig)

Druck: Druckerei Janetschek GmbH. Das Magazin wurde umweltfreundlich gedruckt (nach österreichischem Umweltzeichen) und auf nachhaltig produziertem Papier hergestellt (PEFC-zertifiziert).

Fotos: aWATTar (S. 31), Bettina Emmerling (S. 63), Erste Bank (S. 29), IKEA Österreich GmbH (S. 40-41), Isabella Jöch (S. 59), Jennifer Fetz (S. 6-7, 11, 44, 48-49, 52, 54), Lea Fabienne (S. 58, 61, 56-57), Markta/umdasch: Franz Moser (S. 38), Markus Schlägel (S. 69), Markus Sepperer (S. 8, 15, 18-19, 43, 70), Markus Waches (S. 62), Stiftung für Wirtschaftsbildung/Matthias Reisinger (S. 17), Social Impact Award/Anej Fajdiga (S. 21), WWF Schweiz/Thomas Vellacott (S. 27), Vollpension (S. 24), Wien Energie/Christian Hofer (S. 47), Wirtschaftsagentur Wien/Paul Bauer (S. 33), Wirtschaftsuniversität Wien/Igor Ripak (S. 37), Yvonne Fetz (S. 22). Alle anderen Fotos: Impact Hub Vienna GmbH, privat

Auch auf: **f** **@** **in**



www.vienna.impacthub.net