

BERUF

Weltverbesserer

Eine neue Generation von Unternehmern möchte nicht mehr bloss Geld verdienen. Sie will gleich noch die Welt retten. Kann das gutgehen?

TEXT: JULIA HOFER | FOTOS: LUXWERK

Als Muhammad Yunus 2006 den Friedensnobelpreis erhielt, dämmerte vielen, dass es tatsächlich möglich ist: Man kann eine Firma gründen, sein eigenes Ding durchziehen – und nebenher ein drängendes Problem der Menschheit lösen. Yunus' Grameen Bank vergab Mikrokredite an die arme Landbevölkerung Bangladeschs, die bis dahin als nicht kreditwürdig galt. Er ermöglichte damit Zigtausenden den Aufbau einer kleinen Existenz oder linderte zumindest ihre Armut. Aber gibt es solche Unternehmer auch in der Schweiz?

In einem repräsentativen Geschäftshaus im Zürcher Seefeld befindet sich das Büro von Eaternity. Das überdimensionierte Entree mit ausladender Wendeltreppe zeugt vom Status vergangener Mieter und will nicht so recht zu den Start-ups passen, die sich hier als Zwischennutzer eingemietet haben. Von ihrem improvisierten Büro aus wollen die Firmengründer Judith Ellens, 36, und Manuel Klarmann, 34, klimafreundliche Ernährung in Restaurants etablieren. Und so gegen den Klimawandel kämpfen.

Ellens hat die Nacht durchgearbeitet, sieht müde aus. Sie ist in die Arbeit vertieft, kann sich kaum vom Computer lösen.

Manuel Klarmann hat eine neuartige Software entwickelt, mit der Eaternity den CO₂-Fussabdruck von Menüs messen und in der Folge reduzieren kann. Bis heute machen 74 Restaurants mit. Über 76 000 klimafreundliche Menüs wurden bereits gekocht, über 740 Tonnen CO₂ werden pro Jahr eingespart. Ein Tropfen auf einen heissen Stein. Doch es soll bloss der Anfang sein.

Auch für Männer-Appetit. Um einen möglichst grossen Hebel zu haben, fokussieren die Jungunternehmer nun auf grosse Restaurantketten. Ein Testlauf in Zürich hat gezeigt: Die CO₂-Emissionen lassen sich um 20 Prozent reduzieren, selbst in Kantinen, in denen hart arbeitende Männer und wohl nur wenige Weltverbesserer essen – die Software wurde in einem Recyclinghof, bei den Elektrizitätswerken und der Polizei eingesetzt. Unterdessen haben auch drei internationale Grossgastronomen die Software von Eaternity getestet, darunter die Sodexo,



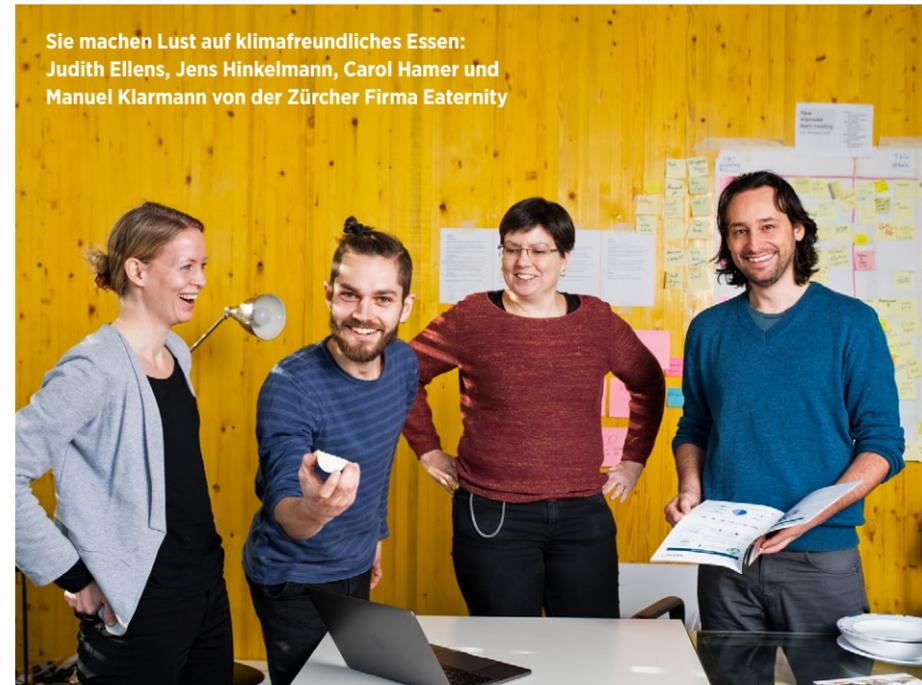
«Wenn wir die Klimaziele einhalten wollen, müssen wir weniger Fleisch essen. Sechsmal weniger rotes Fleisch.»

Judith Ellens, Manuel Klarmann, Social Entrepreneurs, mit Sohn Aron



«**Natürlich wollen die Jungen einen Job, mit dem sie die Miete zahlen können. Aber sie wollen auch einen sinnvollen Beitrag leisten.**»

Mariana Christen Jakob, Gründerin der Plattform Seif, die Social Entrepreneurs unterstützt



Sie machen Lust auf klimafreundliches Essen: Judith Ellens, Jens Hinkelmann, Carol Hamer und Manuel Klarmann von der Zürcher Firma Eaternity

die allein in Deutschland rund 700 Kantinen und Mensen betreibt. Klarmann prognostiziert, so bis im Jahr 2024 über 100 000 Tonnen CO₂-Emissionen einsparen zu können.

«Nun muss die Konzernleitung entscheiden, ob sie generell mit unserem System arbeiten will», sagt Klarmann. Das kann dauern. Der Druck, klimafreundliches Essen anzubieten, ist noch klein. «Aber er wird zunehmen», sind sich die beiden Jungunternehmer sicher. «Wenn wir die Klimaziele einhalten wollen, müssen wir weniger Fleisch essen», sagt Klarmann. «Für die Schweiz bedeutet das: sechsmal weniger rotes Fleisch und Milchprodukte.»

Die Übermutter. Ellens und Klarmann sind wie Muhammad Yunus sogenannte Social Entrepreneurs. Vor acht Jahren wurden diese in der Schweiz noch kaum wahrgenommen. «Man hat nur diejenigen meiner Studenten gefördert, die ihr Start-up auf Gewinnmaximierung ausrichteten. Das hat mich geärgert», sagt Mariana Christen Jakob, die damals an der Hochschule Luzern unterrichtete. Sie wollte das ändern und gründete 2010 selber ein Start-up: Seif. Seither berät sie Social Entrepreneurs und zeichnet jährlich die vielversprechendsten aus.

«Unterdessen ist in der Schweiz eine lebendige Szene entstanden», sagt Mariana Christen Jakob. «Heute steht bei 20 bis 30 Prozent aller Start-up-Gründungen die gesellschaftliche Wirkung im Vordergrund», schätzt sie. Eine Auszählung der Spin-offs der ETH Zürich bestätigt den Eindruck. Die Social Entrepreneurs engagieren sich in ganz unterschiedlichen Bereichen. Sie er-

möglichen die Entwicklung von Therapien für seltene Krankheiten, produzieren Monatsbinden und Tampons aus Biobaumwolle, produzieren und verkaufen gemeinsam mit Kakaobauern Schokolade oder erzeugen mit Hilfe von Drohnen Windenergie.

«Natürlich wollen die jungen Leute einen Job, mit dem sie die Miete bezahlen können. Aber sie wollen auch einen sinnvollen Beitrag leisten», sagt Mariana Christen Jakob. «Ihnen ist bewusst: Wenn wir die globalen Herausforderungen nicht rasch angehen, werden wir bald ein grösseres Problem haben.» Zudem gehören sie einer Generation an, die nicht bloss einen Beruf ausüben will – sie suchen nach ihrer Berufung. Dabei geht es ihnen weniger um Geld und Status, sondern um Selbstverwirklichung, Sinn und Erfüllung. Dem Staat kann das nur recht sein. Längst ist klar, dass er bei Herausforderungen wie Klimawandel oder Migration auf die Innovationskraft und Effizienz des Unternehmertums angewiesen ist.

Sie beginnen bei sich selbst. Über Mittag kocht die Eaternity-Crew – mittlerweile sind es acht Mitarbeiter – im Büro. Vegetarisch, selbstverständlich. Es riecht nach Essen. Auch im Sitzungszimmer, das mit gestapelten Ikea-Schachteln abgetrennt ist. Judith Ellens erzählt, wie sie als Biologiestudentin in einem Workshop der ETH Zürich 2008 die Idee der klimafreundlichen Restaurants entwickelt hat. «Die Ernährung ist in Europa für einen Drittel der konsumbedingten Treibhausgase verantwortlich», sagt sie. «Das war damals noch kaum jemandem bewusst.» Das Projekt wurde preisgekrönt. ▶

Ideen, die die Welt verändern

Überall auf der Welt setzen sich Social Entrepreneurs mit Eigeninitiative und neuen Konzepten für eine bessere Welt ein. Sie entwickeln Lösungen für gravierende Probleme und bringen oft einen gesellschaftlichen Wandel in Gang, wenn Regierungen noch um den richtigen Ansatz ringen.

Jeroo Billimoria, Kinderschutz, Indien
Die Sozialarbeiterin erfand in den neunziger Jahren Indiens ersten Kindernotruf Childline. Damit verschaffte sie Strassenkindern, die bis anhin von der Polizei verjagt und von Spitälern abgewiesen worden waren, Zugang zu medizinischer Betreuung und anderer Hilfe. Innert zweier Jahre erhielt Childline über 10 000 Anrufe. Die Idee des Kindernotrufs wurde in ganz Indien etabliert.

Ellens und Klarmann machten die Idee zu ihrem Ding. Sie überredeten den Küchenchef der ETH-Mensa zu einem Pilotprojekt. Dazu verteilten sie so lange Flyer, bis so ziemlich jeder, der dort ass, verstanden hatte: Biologische und regionale Produkte allein machen noch keine nachhaltige Ernährung aus. Essen muss auch klimafreundlich sein.

Auf die Idee, dass man mit dem Konzept auch seinen Lebensunterhalt verdienen könnte, brachten sie die Gründer des Impact Hub Zürich. Seit 2011 arbeiten dort Unternehmer, Kreative und Techies vernetzt an einer nachhaltigen Zukunft. Unterdessen hat der Coworking-Space in Zürich drei Standorte und 1000 Mitglieder, zudem gibt es vier weitere solche Hubs in der Schweiz.

2012 gewannen Klarmann und Ellens den Seif-Award für soziale Innovation und die Fellowship für Biodiversität und Ressourceneffizienz des WWF Schweiz. Die europäische Initiative Climate-KIC, die Innovationen gegen den Klimawandel fördert, sah das Potenzial des Start-ups und unterstützte es beim Markteintritt.

Die beiden gründeten ihre Firma formal im Jahr 2014. Sie schrieben Businesspläne, knüpften Kontakte zu Stiftungen und realisierten, dass man die gesellschaftliche Wirkung eines Unternehmens berechnen kann. Und dass diese auch Investoren glücklich macht. 90 Prozent von ihnen sagen, ihr nachhaltiges Investment erfülle ihre Erwartungen finanziell und punkto Wirkung - oder übertreffe sie gar. Das zeigt eine Umfrage des Global Impact Investing Network von 2018.

Früher sei er antikapitalistisch unterwegs gewesen, sagt Klarmann. Inzwischen sei ihm klargeworden: «Wir können unsere Vision nur verwirklichen, wenn wir Geld verdienen.» Anfangs seien sie noch im Kreis gehüpft, wenn sie 10 000 Franken gewannen. Solche Beträge reichen heute nirgends mehr hin. Derzeit suchen sie nach einem Investor. Auch wenn es noch keine langfristige Finanzierung gibt: Aufgeben ist keine Option. Klarmann will sich nicht mit 100 Restaurants zufriedengeben. Er will 100 000. Nicht weil er sich dann endlich mehr als 3600 Franken im Monat auszahlen könnte - nein, weil es besser fürs Klima ist.

Dialog mit blinden Menschen. Deutschlands erfahrenster Social Entrepreneur, Andreas Heinecke, hat ähnlich wie Eaternity so ziemlich jeden Preis der Branche eingeheimst. Der 63-Jährige startete vor 30 Jahren seinen «Dialog im Dunkeln», den es heute in 50 Ländern gibt. In den Ausstellungen bringen Blinde Sehenden ihren Alltag näher - das Zürcher Restaurant «Blinde Kuh», in dem man in kompletter Dunkelheit speist, haben ehemalige Angestellte von ihm auf die Beine gestellt. Über zehn Millionen Menschen

haben sich bis heute auf einen Dialog im Dunkeln eingelassen.

2005 wurde Heinecke von der Nonprofitorganisation Ashoka zum ersten Fellow in Westeuropa ernannt. Ashoka, die hiesigen Förderer Seif und Schwab Foundation leisteten tolle Arbeit, sagt der rastlose Unternehmer. Der Austausch mit Gleichgesinnten sei wertvoll. «Viele begreifen erst durch den Dialog, was sie tun und sind.» Finanziell sei aber wenig zu holen. «Wenn ich mal zum Champagner eingeladen werde, bringt mich das noch nicht übers Jahr.» Seine 150 Mitarbeiter, viele mit Behinderungen, könne er damit nicht bezahlen. Das muss er schon selbst auf die Reihe kriegen. Wie Eaternity und viele andere Social Entrepreneurs hat er seine Geschäftsaktivitäten aufgeteilt: in gewinnbringende und solche, die auf die soziale Wirkung ausgerichtet sind und so auch Spenden generieren können.

Doch auch mit der hybriden Geschäftsstruktur sei es ihm in 30 Jahren nicht gelungen, richtig Geld zu verdienen, Rücklagen zu bilden und Geld in einen Rentenfonds einzuzahlen. «Aber ich habe auch nicht rückwärtsgemacht», fügt er unbekümmert an.

20-30%

aller neuen Start-ups stellen soziale Wirkung in den Vordergrund.

Heinecke weiss, dass Geld nicht die einzige Währung ist, die im Berufsleben zählt. Er hat gefunden, was sich so mancher Angestellte sehnlich wünscht: Erfüllung. Bis heute brennt er dafür, Ausgegrenzte einzubeziehen - ihnen statt mit Mitleid auf Augenhöhe zu begegnen. «Zudem kann ich selbst entscheiden, was ich tue. Mich jeden Tag neu erfinden, Leute kennenlernen, reisen.»

Dennoch warnt er seine Studenten an der EBS Universität für Wirtschaft und Recht in Wiesbaden vor den Risiken seiner Branche. «Alles andere wäre verantwortungslos.» Man müsse unheimlich zäh sein, man habe wenig Geld, keine Zeit, der Freundeskreis schrumpfe. Er hält es zudem für gefährlich, dass die Szene so stark auf die Gründer fixiert ist. «Dieser Hype um dynamische Jungunternehmer und famose Geschäftsideen verkennt die Leistung des Teams.»

Dieser Hype kann sich auch gegen einen selbst wenden. Das musste Lars Stein erfahren. 2006 gründete der BWL-Student den Verein Studienaktie.org, der es Studierenden ermöglichte, Aktien auf ihren zukünftigen

Bas van Abel, Fairphone, Niederlande
Handys geraten immer wieder in die Schlagzeilen - wegen ausbeuterischer Arbeitsbedingungen in chinesischen Fabriken und der Verarbeitung von seltenen Erden und Konfliktrohstoffen. Fairphone produziert seit 2013 ein nachhaltiges Smartphone und bietet Transparenz über die Lieferkette. Bisher hat die Firma nach eigenen Angaben mehr als 150 000 Smartphones verkauft.

Michael Stenger, Deutschland
Die von Stenger im Jahr 2000 gegründete Schlau-Schule in München führt Flüchtlinge zwischen 16 und 25 Jahren zu einem deutschen Schulabschluss. Rund 95 Prozent der Schüler sind erfolgreich. 75 Prozent von ihnen konnten in Ausbildungs- oder Arbeitsverhältnisse vermittelt werden. Stenger gilt als Vorkämpfer für das Recht auf Schulbildung von jungen Flüchtlingen.

gen Lohn zu verkaufen. Denn, das hatte er selbst erfahren, auch in einem reichen Land wie der Schweiz kann man durch das Netz der Stipendienvergabe fallen.

Die Idee wurde begeistert aufgenommen, Lars Stein hetzte von Interview zu Präsentation. «Ich schwamm auf einer Welle, alles schien möglich.» 2012 bestand Stein einen mehrstufigen, äusserst strengen Selektionsprozess und wurde zu einem von bislang 14 Ashoka-Fellows in der Schweiz.

Offensichtlich erfüllte er die Kriterien, mit denen man bei Ashoka einen Social Entrepreneur definiert: Er muss besessen sein von seiner Idee und bereit, ihr 10 oder 20 Jahre seines Lebens zu opfern, ohne im mindesten zu zweifeln. In dieser Überhöhung sei das natürlich «völliger Schwachsinn», sagt der 39-Jährige lachend.

Ashoka giesse mit solchen Ansprüchen Öl ins Feuer: Gerade weil Social Entrepreneurs für ihre Sache brennen würden, seien sie auch stärker gefährdet auszubrennen. Die Erwartungen würden ins Unermessliche gesteigert. «Ein Social Entrepreneur soll die normalen Start-up-Risiken tragen, hoch innovativ sein, ein gesellschaftliches Problem lösen, alle zwei Monate an Stiftungen rapportieren, die ihn unterstützen – und das alles zu einem Hungerlohn.» Wenn man zuvor noch nicht Burn-out-gefährdet war, «dann wird man es als Ashoka-Fellow».

Bei Lars Stein war es 2013 so weit. Auf dem Weg zu einer Präsentation, die er einmal mehr in letzter Minute im Zug vorbereiten wollte, ging auf einmal nichts mehr. Er blieb sitzen, fuhr wieder heim. Dennoch leitete er die Firma noch ein halbes Jahr. Seine Mitarbeiter, der Verwaltungsrat und auch er selbst konnten sich nicht vorstellen, dass ein anderer seine Rolle einnehmen könnte. «In dieser Zeit habe ich viel von dem zerstört, was ich aufgebaut habe.» Irgendwann war Schluss. Burn-out. Lars Stein baute ein Jahr lang Trockenmauern im Tessin. Heute arbeitet er bei der Direktion für Entwicklung und Zusammenarbeit des Bundes.

Er hats erfunden. Ashokas Fokussierung auf einzelne Unternehmer geht auf Bill Drayton zurück. Der McKinsey-Berater ging als stellvertretender Leiter zur US-Umweltbehörde EPA und kam dort zur Überzeugung, er könne mehr bewirken, wenn er weltweit die vielversprechendsten Social Entrepreneurs unterstütze. 1980 rief er Ashoka ins Leben. Drayton prägte den Begriff Social Entrepreneur und führt die Nichtregierungsorganisation seither. Ashoka hat bisher über 3600 Fellows ernannt, in über 90 Ländern. Sie alle setzen eine neue und möglicherweise wegberaubende Idee um.

«Wir suchen aussergewöhnliche Leute, die ein grosses gesellschaftliches Problem

an der Wurzel packen und das System hoffentlich tiefgründig verändern», sagt Olivier Fruchaud. Er hat das Schweizer Büro von Ashoka vor sieben Jahren aufgebaut und musste mit ansehen, wie Lars Stein seine Firma gegen die Wand fuhr. Dennoch verteidigt er die Strategie, auf herausragende Solitäre zu setzen. Inzwischen sieht aber auch Ashoka ein, dass man die Welt nur verändern kann, wenn man in guter Verfassung ist. Die Organisation startete 2013 eine «Wellbeing»-Initiative, die die Fellows ermuntert, sich um ihre innere Balance zu kümmern.

«Wir sind Nerds.» Zeit für sich selbst haben – davon träumt auch Judith Ellens von Eaternity. Abends, wenn der zweijährige Sohn im Bett ist, setzen sie sich wieder an die Arbeit. Das tun sie oft sieben Tage die Woche. Manchmal fragt sie sich: «Warum tue ich mir das an?» Mit der Arbeitsbelastung könne er umgehen, meint Klarmann, auch wenn er immer wieder mal über seine Grenzen hinausgehe. Zudem hätten sie eine gesunde Skepsis gegenüber allem, was sich wie Hype anfühlt. Dass sie schon mal mit Kofi Annan auf dem Podium diskutierten

90%
**der Anleger sagen,
ihr nachhaltiges
Investment erfülle ihre
Erwartungen finanziell
und punkto Wirkung.
Oder übertreffe sie gar.**

und Al Gore vorgestellt wurden? Das lässt sie nicht abheben. «Eigentlich sind wir Nerds», sagt er. «Uns ist es am wohlsten, wenn wir programmieren.»

Die Social-Entrepreneur-Szene ist im Lauf der Jahre für die beiden so etwas wie eine geistige Heimat geworden. Sie wohnen mit Gleichgesinnten in einer Gross-WG, pflanzen im Rahmen einer Genossenschaft ihr eigenes Gemüse an, sind bestens vernetzt. «Diese Community ist unser Gegen-gift.» Von ihr fühlen sie sich getragen. Hier finden sie Anerkennung. «Man darf sich nicht mit dem Durchschnittsschweizer vergleichen, der ein Vielfaches verdient und einen Nine-to-five-Job macht», sagt Ellens und lächelt. «Sonst fühlt man sich womöglich tatsächlich ausgebeutet.» ■

Lesen Sie zum Thema auch das Interview auf Seite 22.

**Dario Riccobono,
AddioPizzo Travel,
Italien**

AddioPizzo ist eine sizilianische Anti-Mafia-Bewegung. Begründer Dario Riccobono gelang es, die Bevölkerung im Kampf gegen die Mafia zu vereinen; bisher weigern sich über 1500 Firmen, der Mafia sogenannte Schutzgebühren («Pizzo») zu zahlen. Seit 2009 offeriert AddioPizzo Travel «mafiafreie» Tourismusangebote.

**Veronica Khosa,
Pflegerin von Aids-
patienten, Südafrika**
Veronica Khosa bildete in den neunziger Jahren Angehörige und Freunde von Aidspatienten in einfacher Krankenpflege für zu Hause aus. Zuvor waren viele Aidskranke auf sich allein gestellt. Das Pflegeprogramm erregte internationale Aufmerksamkeit und beeinflusste das südafrikanische Gesundheitssystem nachhaltig.



«Ein Social Entrepreneur soll die normalen Start-up-Risiken tragen, ein soziales Problem lösen, ständig an die Geldgeber rapportieren. Und das alles zu einem Hungerlohn.»

Lars Stein, ehemaliger Social Entrepreneur

«Soziale Verantwortung ist wichtiger, als bloss Geld zu machen»

NACHHALTIGKEIT. Die Schwab Foundation zeichnet jedes Jahr Social Entrepreneurs aus. Dieses Jahr setzen viele Kandidaten auf neue Technologien wie Drohnen, Blockchain und künstliche Intelligenz, sagt Hilde Schwab.

Die Schwab Foundation fördert seit 20 Jahren Social Entrepreneurs.

Wie kam es zu diesem Engagement?

Hilde Schwab: Als mein Mann, Klaus Schwab, 1971 das World Economic Forum (WEF) als gemeinnützige Stiftung gründete, handelte er als Social Entrepreneur und gab eine vielversprechende unternehmerische Karriere auf, um seine Idee des globalen Dialogs zu verwirklichen. Ich habe damals gesehen, wie wenig Verständnis Leuten entgegengebracht wurde, die mit ihrem Engagement in erster Linie einen sozialen Zweck verfolgen. Ausserdem schien es mir wichtig, in diesen Dialog der Politiker, Firmenchefs und Vertreter der Zivilgesellschaft die Social Entrepreneurs miteinzubeziehen.

Das WEF ist zwar formal als gemeinnützige Stiftung organisiert, aber trotzdem die Zusammenkunft der neoliberalen Führungs- und Unternehmerelite. Ist die Schwab Foundation nur ein Feigenblatt?

Da verkennen Sie die Stossrichtung des Forums. Es setzt sich seit seiner Gründung für soziale Verantwortung in der Wirtschaft ein. Die Social Entrepreneurs haben am Jahrestreffen ausserdem eine wichtige Vorbildfunktion. Sie zeigen den Teilnehmern auf, dass es wichtiger ist, eine soziale Verantwortung wahrzunehmen, als nur Geld zu machen.

Überschätzen Sie damit nicht den Einfluss der Social Entrepreneurs auf Politik und Wirtschaft?

Vorbilder funktionieren nach dem Prinzip «Steter Tropfen höhlt den Stein». Natürlich gibt es noch viel

«Die Social Entrepreneurs sind Vorbilder für die WEF-Teilnehmer.»

Die Aargauerin Hilde Schwab wurde als 24-Jährige von Klaus Schwab, damals Professor für Unternehmenspolitik an der Uni Genf, mit der Organisation des ersten European Management Symposium betraut. Daraus ging 1987 das World Economic Forum hervor. 1998 gründete das Ehepaar die Schwab Foundation for Social Entrepreneurship, deren Vorsitz Hilde Schwab innehat. Sie zeichnet jedes Jahr Unternehmer mit herausragender gesellschaftlicher Wirkung aus.



zu tun, aber Veränderungen brauchen immer Zeit.

Welcher Preisträger hat Sie persönlich am meisten beeindruckt?

Shelly Batra ist eine von vielen eindrucksvollen Persönlichkeiten, die ich kennengelernt habe. Sie hat die Vision einer Welt, in der es keine Tuberkulose mehr gibt. Ihre Organisation ASHA versorgt in Indien und in Kambodscha über 15 Millionen Menschen mit medizinischer Beratung und Behandlung. 2014 haben wir sie als «Social Entrepreneur of the Year» ausgezeichnet.

Welche Geschäftsidee hat Sie am meisten begeistert?

Ich begeistere mich besonders für Ideen, die ein bestehendes Problem durch einen wirklich innovativen Ansatz lösen. Ein Beispiel dafür ist unser Social Entrepreneur des Jahres 2017, der einen Drohnenservice in Ruanda aufgebaut hat. Er macht es möglich, dass Menschen in einem unwegsamem Land mit schlechter Infrastruktur mit dringend benötigten Medikamenten und Blutkonserven versorgt werden. Das hat schon Tausenden Müttern im Kindbett das Leben gerettet.

Unterstützen Sie die Preisträger finanziell?

Wir unterstützen finanziell nicht Projekte, sondern die Social Entrepreneurs selber, damit sie an den Aktivitäten teilnehmen können, zu denen wir sie einladen. Wir bringen sie regelmässig zum Erfahrungsaustausch zusammen, wie kürzlich in New York, wo wir während der Uno-Generalversammlung

eine Veranstaltung mit 150 Social Entrepreneurs aus aller Welt durchführten. Wir haben auch einen Fonds geschaffen, der ihnen die Teilnahme an einem speziell für sie konzipierten einwöchigen Kurs an der Harvard-Universität ermöglicht.

Kann ein Social Entrepreneur am WEF tatsächlich Kontakte knüpfen und sich so von seinen chronischen Geldsorgen befreien? Oder wecken Sie da bei den Preisträgern unrealistische Hoffnungen?

Wir versprechen unseren Social Entrepreneurs nicht, dass sie durch die Kontakte zu Kapital kommen. Das hängt von der Konstellation ab und von ihrem eigenen Engagement.

Social Entrepreneurs sind Idealisten, sie brennen für die gute Sache und neigen deshalb dazu, sich selbst auszubeuten. Wie schützen Sie Ihre Preisträger vor einem Burn-out?

Die grösste Sorge eines Social Entrepreneurs ist, dass seine Idee nicht verwirklicht wird. Die beste Medizin dagegen ist der Austausch mit anderen, die es geschafft haben.

Nach welchen Kriterien wählt die Schwab Foundation ihre Preisträger aus?

Die Idee muss neuartig sein, sich bereits bewährt haben und die Möglichkeit bieten, repliziert zu werden. Bei der Beurteilung der Finalisten achten wir darauf, wie viele Personen mit der sozialen Wirkung erreicht werden. Zudem sollte der Social Entrepreneur auch menschlich ein Vorbild sein.

Ist Social Entrepreneurship eine Frauendomäne?

Das kommt auf das Land an. In Indien ist die Frauenquote interessanterweise viel höher als zum Beispiel in Europa oder in den USA.

Bald wird die Schwab Foundation die nächsten Social Entrepreneurs auszeichnen. Was können Sie zu den Bewerbern sagen?

Wir haben ausgezeichnete Kandidaten. Interessant ist, dass sich die vierte industrielle Revolution widerspiegelt: Mehr Kandidaten setzen bei der Bewältigung sozialer Probleme auf neue Technologien wie künstliche Intelligenz, Blockchain oder Drohnen. ■

«Die grösste Sorge eines Social Entrepreneurs ist, dass seine Idee nicht verwirklicht wird. Die beste Medizin dagegen ist Austausch mit anderen, die es geschafft haben.»

„Mit Beobachter Assistance kommen alle zu ihrem Recht.“

Daniel H., Assistance-Mitglied

**Einzigartig!
Nur CHF 4.84*
pro Monat
(CHF 58.- im Jahr)**



Der exklusive Versicherungsschutz für Beobachter-Mitglieder

- Beobachter Assistance übernimmt die Kosten für Anwälte, Mediatoren und Expertisen bis CHF 5000.- pro Rechtsstreit.
- Es sind alle Rechtsbereiche versichert, von denen Sie als Privatperson betroffen sein können (Ausnahme: Vorsatzdelikte und gemäss AVB).
- Die Versicherung deckt im Gegensatz zu anderen Versicherungsprodukten auch Fälle im Steuerrecht, Familienrecht und Erbrecht.
- Versichert sind alle Personen, die im gleichen Haushalt wohnhaft sind.

Detaillierte Informationen und AVB: www.beobachter-assistance.ch

*Nur in Kombination mit dem Beobachter-Abonnement (CHF 129.-)

Beobachter-Profitiercoupon ausfüllen und abschicken!

- Ja, ich bin bereits Beobachter-Mitglied und möchte zusätzlich Beobachter Assistance für nur CHF 58.- im Jahr.
- Ja, ich möchte Beobachter-Mitglied werden und auch von Beobachter Assistance profitieren. Ich erhalte das Beobachter-Abonnement für CHF 129.- im Jahr und Beobachter Assistance für zusätzlich CHF 58.- im Jahr.

Preis: Stand Januar 2019

BEA1000Y1
BEI302010003XX

Name, Vorname

Strasse, Nr.

PLZ Ort

Kundennummer (falls vorhanden)

Einsenden an: Beobachter, Kundenservice, Brühlstrasse 5, 4800 Zofingen oder www.beobachter-assistance.ch

Ihre Personendaten können durch die Ringier Axel Springer Schweiz AG für Telefonmarketing und postalische Werbung verwendet werden. Die Ringier Axel Springer Schweiz AG ist befugt, die Personendaten zu diesen Zwecken an die Gesellschaften der Ringier Gruppe weiterzugeben. Sie können der Ringier Axel Springer Schweiz AG jederzeit mitteilen, wenn Sie die Bearbeitung und Weitergabe zu diesen Zwecken nicht möchten: www.beobachter.ch/datenschutzerklaerung.

Beobachter