

Social Busniesses -

Ein Balanceakt zwischen gesellschaftlicher und wirtschaftlicher Wohlfahrt?

Ein Praxisbericht zum Konzept des Wiener magdas HOTELS

Die heutige Gesellschaft ist von verschiedensten Dynamiken und Strukturen geprägt, welche zu Konsens, Konflikten als auch Kompromissen führen können. So kommt es immer häufiger zu interdisziplinären Kombinationen und Kooperationen, um die wirtschaftlichen, ökologischen als auch sozialen Herausforderungen der Gesellschaft möglichst nachhaltig stemmen und der Komplexität gerecht werden zu können. Aus diesem Ansatz heraus sind *Social Busniesses* entstanden. Die sozioökonomische Utopie Profite steigern und gleichzeitig gesellschaftlichen Mehrwert schaffen zu können, könnte in der Theorie durch das Prinzip eines *Social Busniesses* in die Realität umgesetzt werden. Doch lässt sich dieses Prinzip erfolgreich in der Praxis anwenden? Wieviel „Social“ kann ein Busniess beinhalten oder ist die soziale Komponente sogar eine treibende Kraft, um erfolgreich auf dem kapitalistischen Markt bestehen zu können?

Die Beantwortung dieser Fragen soll Ziel des Praxisberichts sein. Es gilt den gesellschaftlichen als auch wirtschaftlichen Mehrwert von *Social Busniesses* zu analysieren und abzuwägen, ob es tatsächlich möglich ist Umsätze zu generieren und dabei trotzdem einen gesellschaftlichen Beitrag leisten zu können. In diesem Kontext soll ausgewertet werden, inwiefern sich die gesellschaftliche Inklusion von Menschen mit Fluchthintergrund mit der gewinnmaximierenden Bestrebung eines Unternehmens auf dem freien Markt vereinbaren lässt und ob sich dieses Geschäftsmodell erfolgreich in verschiedenen Branchen etablieren könnte.

Noch immer gestaltet sich die gesellschaftliche Inklusion von Menschen mit Fluchthintergrund in Österreich als eine große Herausforderung. Dabei hindern unter anderem Sprachbarrieren, bürokratische Hürden als auch der schwierige Einstieg in den österreichischen Arbeitsmarkt die reibungslose Integration von geflüchteten Menschen in die Gesellschaft. Das magdas Hotel in Wien ist ein gesellschaftliches Pilotprojekt, welches die Arbeitsmarktintegration von Menschen mit Fluchthintergrund anstrebt. Als *Social Business* agiert das magdas Hotel als Verein und GmbH, welche die gesellschaftliche Inklusion und Integration fördern und dabei gleichzeitig als wirtschaftlich profitable Unternehmen Umsätze generieren möchten. Dabei

werden Menschen mit Fluchthintergrund angestellt, beziehungsweise zu Fachkräften ausgebildet, um die hotelbetrieblichen Abläufe zu steuern und die damit verbundenen Aufgaben zu bewältigen. Das magdas Hotel wurde durch Spenden und die Unterstützung der Caritas errichtet, ist nun aber finanziell unabhängig und bezieht keine weiteren Fördergelder, da es wirtschaftlich eigenständig bestehen und Gewinne erzielen möchte.

Für den Einstieg des Berichts sollte eine allgemeine Begriffserklärung vorangehen, die die grundlegenden Prinzipien eines *Social Business* darlegt. Nachdem die theoretischen Ansätze präsentiert wurden, soll eine Vorstellung des magdas HOTELS folgen, welche die Geschichte, Prozesse und die Mission des Unternehmens aufzeigt. Um genaue Forschungsergebnisse erzielen zu können, werden Interviews mit der Geschäftsführung als auch den Angestellten durchgeführt. Es sollten vor allem die Schwierigkeiten betrachtet werden, die im Zusammenhang mit *Social Businesses* auftreten können, um zu evaluieren, ob ein *Social Business* als geeignetes Modell herangezogen werden kann, um wirtschaftliche und soziale Wohlfahrt gleichzeitig erreichen zu können.

Der Praxisbericht soll einen Beitrag dazu leisten das *Social Business* als Erfolgsmodell kritisch zu hinterfragen und die Zukunftsfähigkeit zu analysieren. Sollte es sich als ein effektives Instrument der sozialen als auch wirtschaftlichen Entwicklung herausstellen, könnte die weitere Ausbreitung eine grundlegende Transformation des Marktes als auch der kapitalistischen Grundidee zur Folge haben.