

SEF-SWISS  
START-UP  
AWARD

2012

---

# Inhaltsverzeichnis

Einleitung.....	3
Allgemeine Informationen.....	4
Jurierung.....	5
Preisverleihung.....	6
Keynote: How to connect with investors.....	7
<hr/>	
Preisträger	
tri care jobs.....	8
Attract and Kill.....	10
BoxTango.....	12
Eaternity.....	14
<hr/>	
Finalisten SEF-Swiss Start-up Award 2012	
Aiducation.....	16
Alpwheels.....	17
Doonited.....	18
routeRANK.....	18
ShopProps.....	19
TakaTaka Solutions.....	19
<hr/>	
Nominierte SEF-Swiss Start-up Award 2012	
B-Vertrieb.....	20
CatchMyPain.com.....	20
Erib Corp. ....	21
friends4school.....	21
Makerble.....	22
morphose perfumes.....	22
MySollars.....	23
PocketDok.....	23
PolyPort.....	24
quitt.ch.....	24
Shellhouse.....	25
sira munich.....	25
Solarlicht.....	26
Stuffbook.....	26
weACT.....	27
YouRehab.....	27
<hr/>	
Eingereichte Projekte SEF-Swiss Start-up Award 2012	
Abstracts aller eingereichten Projekte.....	28
<hr/>	
Impressionen Professional Program 2011/12	
Fotos des SEF PP.....	38
<hr/>	
Fachartikel	
Here you are, a social entrepreneur.....	40
Social Entrepreneur sucht Investor.....	43
Social entrepreneurs: how can they measure the social impact they create.....	46
<hr/>	
Allgemeine Informationen	
SEF-Swiss.....	48
Fachjury.....	52
Professional Program 2012/2013.....	54
Impressum.....	55
Unterstützung und Zusammenarbeit.....	56

# Einleitung

## Die Social Entrepreneurship Bewegung ist in der Schweiz angekommen

Wer löst heute und morgen unsere gesellschaftlichen Probleme? Wer setzt sich ein für kreative Ideen im Gesundheitswesen, für die Integration benachteiligter Menschen, für eine intakte Umwelt, für jüngere und ältere Menschen? Staatliche Lösungen und technologische Innovationen allein können hier nicht weiterhelfen. Es ist darum kein Zufall, dass im Feld Social Entrepreneurship (SE) eine enorme Dynamik zu beobachten ist, auch bei uns in der Schweiz.

Mit der Social Entrepreneurship Foundation SEF-Swiss möchten wir als wichtiger Akteur zur Professionalisierung dieser Bewegung beitragen. Jungunternehmen, die gesellschaftliche Herausforderungen mit unternehmerischen Ansätzen angehen, brauchen eine entsprechend profilierte, spezifische Förderung und Unterstützung bei ihren ersten Schritten als Social Entrepreneurs. Denn auch sie müssen das Businessmodell finden, im Markt bestehen und die Finanzierung bereitstellen. SEF-Swiss unterstützt diese Entwicklung mit dem SEF Professional Program (SEF PP) und dem SEF-Swiss Start-up Award.

Im Oktober 2011 sind wir mit 24 Gründungsteams in das 10-tägige SEF PP gestartet. Fachlicher Hintergrund und Alter der Teilnehmenden, Branche und Sektor, Fragestellung und Themenfeld spiegelten die enorme Vielfalt des noch jungen Feldes. Solche Diversity ist selten zu finden! Diese Interdisziplinarität und die Vielfalt der Erfahrungshintergründe nutzten die Teilnehmenden denn auch im Austausch unter sich ganz stark. Das SEF PP wurde mit einem Pitch vor Fachleuten abgeschlossen. Mit diesem wertvollen Feedback können die Teams die nächste Phase der Geschäftsentwicklung angehen.

Der SEF-Swiss Start-up Award ist unsere zweite Kernaktivität in der SE Förderung und Professionalisierung. Dieser Businessplan Wettbewerb für

Social Entrepreneurs in der frühen Entwicklungsphase ist einzigartig in der Schweiz. Entsprechend gross war das Echo. 75 Teams haben ihr Interesse angemeldet, 56 schafften es, die hohen Anforderungen an die Bewerbungsunterlagen zu erfüllen. Diese unterscheiden sich nicht grundsätzlich von den Kriterien der üblichen Gründungsszene, weisen aber ein komplexeres Finanzierungsmodell aus und thematisieren den Social Impact. «Die meinen es ernst, da muss man ja richtige Businesspläne einreichen», war der Kommentar eines jungen Teams. Die Vielfalt und Qualität der eingereichten Businesspläne hat uns sehr positiv überrascht und freut uns ausserordentlich. Verschiedene Mitglieder unserer Fachjury beurteilen Businesspläne von Jungunternehmen das ganze Jahr hindurch. Übereinstimmend war die Einschätzung der bei SEF-Swiss eingereichten Unterlagen:

### Das Niveau ist beeindruckend!

Die Social Entrepreneurship Bewegung ist auch in der Schweiz angekommen. Wenn die Jungunternehmen entsprechend gefördert werden, dann können sie in punkto Innovation und Marktpotenzial Aussergewöhnliches leisten. Im Hinblick auf die Lösung unserer gesellschaftlichen Probleme dürfen wir darum auf die Social Entrepreneurs hoffen – Ihnen allen gebührt grosser Respekt und ein herzliches Dankeschön für Ihr Engagement.

Viel Spass bei der spannenden Lektüre und eine Vielfalt von Impulsen rund um das Thema Social Innovation und Social Entrepreneurship wünschen



Mariana Christen Jakob und Dominik Domnik,  
Geschäftsführung SEF-Swiss

# Allgemeine Informationen

## Worum geht es?

Social Entrepreneurship will gesellschaftliche Herausforderungen mit unternehmerischen Ansätzen angehen. Mit sozialen Innovationen werden dauerhafte Lösungen in den Bereichen Gesundheit, Soziales, Umwelt, Bildung oder der verantwortungsvollen Unternehmensentwicklung angestrebt. Das Ziel ist ein finanzieller UND ein gemeinnütziger Gewinn.

4

## Was will die Social Entrepreneurship Foundation?

Die Social Entrepreneurship Foundation SEF-Swiss fördert Personen oder Teams, die mit innovativen Ideen für gesellschaftliche Fragen unternehmerische Antworten suchen. Die Unterstützung setzt bei der Businessidee ein, begleitet die Entwicklung des Businessplans und vermittelt Support bei den Fragen rund um die Unternehmensgründung.

## Themenbeispiele für innovative Businessideen


- › Health Services und Prävention
- › Neue Medien im Gesundheits- und Sozialbereich
- › Armut, Working Poor
- › Integration
- › Ausser-schulische Bildung
- › Migration und Integration
- › Generationendialog und Elder Care
- › Klimaschutz und nachhaltige Entwicklung
- › Wassermanagement
- › Raumentwicklung und Landschaftsschutz
- › Mikrofinanzen und alternative Finanzierungsinstrumente

## Wer kann eine Businessidee einreichen?

Alle Studierenden und Ehemaligen von Schweizer Fachhochschulen und Universitäten und weitere Fachleute.

## Social Entrepreneurship Foundation

Businessidee	Businessplan	Prämierung
Unterstützung mit SEF Professional Program und Mentoring		



# Jurierung

Die Fachjury setzt sich aus renommierten Fachleuten aus verschiedenen Disziplinen und mit unterschiedlicher Berufserfahrung zusammen. Stiftungen und Philanthropie sind ebenso vertreten wie Exponenten von Unternehmen oder Not-for-Profit Organisationen sowie Natur- und SozialwissenschaftlerInnen von Universitäten und Hochschulen. Dementsprechend beleuchteten die Diskussionen im Jury-Prozess die verschiedenen Dimensionen von Social Entrepreneurship und prüften die JungunternehmerInnen unter vielfältigsten Perspektiven. Diese mehrdimensionale Betrachtungsweise ist bei einer Beurteilung von Social Entrepreneurs wichtig, werden hier doch unternehmerische Ansätze und die Schaffung von gesellschaftlichem Mehrwert miteinander verknüpft – und das in ganz unterschiedlichen Sektoren und Geschäftsfeldern.

Die meisten der 26 nominierten Start-ups stellten ihre Businessidee persönlich im Technopark Zürich vor. Der Fahrplan war klar strukturiert: Fünf Minuten Präsentation und fünf Minuten Fragen und Diskussionen. In diesem kurzen Zeitabschnitt konnten die Teams die anwesende Fachjury von ihrem Businessplan überzeugen und die kritischen Nachfragen kompetent beantworten. Es hat sich einmal mehr gezeigt, dass neben guten Unterlagen

die Persönlichkeit und die Begeisterungsfähigkeit der GründerInnen von entscheidender Bedeutung sind. Einzelne Teams sind für den Pitch von weit her angereist, die weiteste Reise war die von London nach Zürich. Vier Teams haben sich der Technologie bedient und via Skype, Video und diversen Präsentationsformen ihr Start-up vorgestellt. Auch ein Teilnehmer aus Nairobi konnte diese Chance nutzen, um seinen persönlichen Spirit einzubringen.

In einer ersten Jurierungsphase wurden die zehn Finalisten bestimmt. Die Diskussionen verliefen durchaus kontrovers. Je nach Hintergrund der Jurymitglieder wurden Argumente unterstrichen und betont. Schlussendlich bestand aber Konsens bei der Auswahl der Finalisten, auch wenn diese nicht immer einfach war – alle Start-ups hatten in der einen oder anderen Ausprägung ihren Charme. Aus dem Kreis der Finalisten wurden im letzten und abschliessenden Schritt die Preisträger erkoren. Nicht bei allen Preisträgern fiel der Jury der Entscheid leicht und in längeren Diskussionen wurden Pro und Kontra gegeneinander abgewogen. Schlussendlich waren sich jedoch alle einig: Die verschiedenen Preisträger repräsentieren die Vielfalt von Social Entrepreneurship und haben eine vielversprechende Zukunft vor sich. Ihnen allen wünschen wir viel Erfolg!

## Preisträger SEF-Swiss Start-up Award 2012

SEF-Swiss Hauptpreis <b>tri care jobs</b>	Suva Preis <b>Attract and Kill</b>	Green Innovation <b>BoxTango</b>	Social Innovation <b>Eaternity</b>
			



# Preisverleihung SEF-Swiss Start-up Award 2012

Jungunternehmer und Jungunternehmerinnen aus dem Bereich Social Entrepreneurship sind wie andere Start-ups auf Unterstützung und Training angewiesen. Die Social Entrepreneurship Foundation SEF-Swiss hat zur Förderung dieses Feldes ein umfassendes Angebot entwickelt und umgesetzt. Abschluss und Höhepunkt ist die Durchführung eines Businessplan Wettbewerbs. Die feierliche Preisverleihung findet am 4. Juli 2012 in Zürich statt – Wer wird Start-up Social Entrepreneur 2012?

## Welche Preise gibt es zu gewinnen?

Beim SEF-Swiss Start-up Award 2012 sind 4 Preise im **Gesamtwert von 40'000 CHF** ausgeschrieben. Zusätzlich zum SEF-Swiss Hauptpreis, werden 3 thematische Preise zu je 10'000 CHF vergeben. Der Spezialpreis Integration wird von der Suva, der Spezialpreis Green Innovation von Climate-KIC und der Spezialpreis Social Innovation von Ernst & Young AG übergeben.

- **Hauptpreis SEF-Swiss**  
10'000 CHF
- **Spezialpreis Integration (Suva)**  
10'000 CHF
- **Spezialpreis Green Innovation (Climate-KIC)**  
10'000 CHF
- **Spezialpreis Social Innovation (Ernst & Young)**  
10'000 CHF

## Programm Preisverleihung

### 4. Juli 2012 - Schiffbau 5, Zürich

- |       |  |
|-------|--|
| 17.30 | Eintreffen der Gäste   |
| 18.00 | <b>Begrüssung</b><br>Mariana Christen Jakob<br>Geschäftsführung SEF-Swiss  |
| 18.10 | <b>Zunehmende Bedeutung sozialer Innovationen</b><br>Klara Sekanina<br>Direktorin Kommission für<br>Technologie und Innovation KTI   |
| 18.20 | <b>How to connect enterprises with investors and corporates?</b><br>Rodney Schwartz<br>Director ClearlySo London   |
| 18.30 | <b>Überblick Bewerbungen SEF-Swiss Start-up Award 2012</b><br>Dominik Domnik<br>Geschäftsführung SEF-Swiss   |
| 18.40 | <b>Laudatio, Preisübergabe</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Spezialpreis Social Innovation</li><li>- Spezialpreis Green Innovation</li><li>- Spezialpreis Suva</li><li>- SEF-Swiss Hauptpreis</li></ul> |
| 19.30 | Apéro und Networking   |



# Keynote: How to connect with investors



Rodney Schwartz, ClearlySo London - [www.clearlyso.com](http://www.clearlyso.com)

## **Rod, what is the main goal of your company ClearlySo in the UK?**

ClearlySo was launched to help social entrepreneurs raise capital with the goal of growing the social investment marketplace.

## **What is the key issue to attract capital for the social business and enterprise (SBE) sector?**

Investors want to make sure they back credible teams that can deliver their business plan, create a social and financial return on investment. The quality of a management team influences the performance of the business by some 40% – making it an increasingly critical issue for investors.

## **Has the growing SBE sector a chance to attract traditional investors, both institutional funds and individuals?**

The winds of change buffeting the global economy are also blowing in new ideas and sweeping out some old ones. It's a safe bet that most investment sources, however conservative and cautious, are fully aware of the public's growing interest in corporate accountability and its appetite for projects which improve communities and favour sustainability and ethical practice.

## **What do you see as the most urgent need?**

At ClearlySo we are responding to the urgent need for a vibrant intermediary layer to help social entrepreneurs and investors connect. At the heart of our mission we put communication. For on the whole, these two groups speak different languages and we aim to bridge that gap.

## **Rod, you have a lot of experiences with social investment pitching. What can we expect on such an evening?**

It is THE opportunity to connect with a large number of high net worth individuals. You'll have five to seven minutes to present your pitch before fielding questions from the audience. At the end of the evening, you can further develop your contacts and prospects over drinks and food.

## **How do you support the SBE sector?**

Prior to the event we'll do everything we can to maximise the chances. First, we only select those companies we believe have a genuine prospect of attracting investment. Second, once we've accepted the application, we'll put all of them through an intensive pitch preparation session with experts. We help them refine the best approach, ask the tough questions and offer constructive criticism to make sure the team pitch is in prime condition before the event.

## **What do you do on the investors' side?**

On the investors' side, we translate to them the opportunities offered by the most promising SBEs. For this, we use experts who speak the language because they gained their experiences through careers in the investment sector.

## **You have a background in the traditional investment sector yourself?**

Yes, I can use my background on Wall Street and my years of experience as an investment banker and venture capitalist to encourage this new breed of entrepreneur.

## **And these social investment pitching evenings are successful?**

These events have proved successful not only for raising capital, but also in providing access to successful individuals who have a wealth of experience, expertise and contacts to share.

## **What are your latest activities?**

In March 2012 we officially launched «Clearly Social Angels» at the House of Commons. This is the UK's first impact angel group focused on social and environmental businesses. Investment opportunities are sourced from the ClearlySo entrepreneur network and a strategic group of deal flow partners.

# tri care jobs



«Die Bewältigung sozialer und gesellschaftlicher Herausforderungen durch innovative Lösungen mit engagierter Beteiligung unterschiedlicher privatwirtschaftlicher und staatlicher Partner beschäftigt uns schon seit Jahren. Es geht nun darum, neue Wege zu beschreiten, die für zahlreiche junge Menschen aus schwierigen Umständen zu positiven Lebensveränderungen führen werden.»

## Grundidee

Die Anforderungen der Berufsausbildung sind gestiegen. Die berufliche und gesellschaftliche Integration von Jugendlichen in schwierigen Situationen ist eine grosse Herausforderung. Ziel des tri care jobs Programms (tcj-Programm) ist es, junge Menschen mit gesundheitlichen, psychosozialen oder schulischen Problemen langfristig in den 1. Arbeitsmarkt zu integrieren. Das tcj-Programm bietet schwer vermittelbaren Jugendlichen auf der Suche nach einer Lehrstelle auf der einen Seite eine Arbeits-Lehrstelle direkt im 1. Arbeitsmarkt, auf der anderen Seite eine interdisziplinäre ganzheitliche Betreuung und Förderung.

8

## Markt und Kooperationspartner

Das tcj-Programm wurde in Zusammenarbeit mit dem Kanton geplant und ist im Gesetz verankert. Mehrere Firmen beteiligen sich an tcj-Ateliers. Das tcj-Programm steht in Konkurrenz zu den bestehenden arbeitsmarktlichen Massnahmen. Handelskammer, Industrie- und Gewerbeverband sowie die Gewerkschaften wurden persönlich informiert und begrüßen das neue Programm.

## Konkrete Umsetzung

Durch ein flexibles «Corporate Social Responsibility» Modell der Win-Win-Zusammenarbeit mit etablierten Firmen sowie ein «Public Private Partnership» mit staatlichen Behörden erhalten Jugendliche mit schwachem Leistungsprofil Praktikumsplätze im 1. Arbeitsmarkt und sind an der Produktion innovativer Produkte und an kundenorientierten Dienstleistungen beteiligt. Die Juniors werden von einem Team aus Arbeits- und Sozialpädagogen ganzheitlich betreut und gefördert.

## Organisation

Gründer.....	Beat Fasnacht
Geschäftsausrichtung.....	Hybrid
Tätigkeitsfeld.....	Integration, Soziales
Gründungsphase .....	Start-up
Website .....	<a href="http://www.destarts.ch">www.destarts.ch</a>
Fokus.....	National



## «Jugendliche werden langfristig in den 1. Arbeitsmarkt integriert.»

Dr. Pascale Vonmont, in Vertretung der Fachjury

### Der Entscheid der Jury

Jugendarbeitslosigkeit – sie bedeutet nicht nur langfristige Sozialkosten und verschwendetes Potenzial, sondern steht vor allem für viele berührende Einzelschicksale. Trotz Bemühungen und Initiativen von verschiedenen Seiten leben gegenwärtig in der Schweiz 80'000 junge Menschen, die weder eine Lehre abschliessen konnten, noch eine Arbeitsstelle haben.

In partnerschaftlicher Zusammenarbeit mit den Akteuren aus Wirtschaft, Politik und Sozialwesen schliesst das tcj-Programm eine Lücke: Jugendliche, die wegen gesundheitlichen, psychosozialen oder schulischen Problemen keine Lehrstelle gefunden haben und meist ohne persönliche und berufliche Perspektive sind, werden langfristig in den 1. Arbeitsmarkt integriert:

Mit der Bereitstellung neuer von aussen betreuter Praktikumsstellen sparen die Firmen Produktionskosten, das tcj-Programm sorgt mit einem Team von Arbeits- und Sozialpädagogen für die Betreuung der Jugendlichen während 4 Tagen pro Woche, der Kanton finanziert das Weiterbildungsprogramm am 5. Tag. Das Verhältnis von Privatleistung zu Staatsleistung beträgt 80:20 – eine für die Gesellschaft äusserst kostengünstige Lösung.

Erste Erfahrungen zeigen, dass für zwei Drittel der Jugendlichen diese neue Art von Berufsintegration gelingt; sie finden im Anschluss an das Programm eine Lehrstelle, eine Arbeitsstelle oder ein weiterführendes Praktikum.

### Würdigung

Die ungenügende berufliche und gesellschaftliche Integration von Jugendlichen in Schwierigkeiten ist eine grosse soziale und gesellschaftliche Herausforderung. Das tcj-Programm bietet dafür eine kostengünstige, nachhaltig wirksame und multiplizierbare Lösung an. Die Initiative ist innovativ, indem sie auf unternehmerische Weise privatwirtschaftliche und staatliche Partner einbindet.

Mit dem Preisträger Beat Fasnacht zeichnet die Jury auch einen engagierten, weitsichtigen Social Entrepreneur und Pionier aus, über den einmal treffenderweise gesagt wurde: «Er tut was!»

# Attract and Kill



«Die von Zecken übertragenen Krankheiten FSME oder Lyme Borreliose bleiben oft lange unerkannt und können zu schwerwiegenden Komplikationen führen. Die Chance, dank der Entwicklung der Zeckenfalle diese Leidensgeschichten und die damit verbundenen immensen Kosten zu reduzieren, ist der grosse Antrieb und die Motivation für dieses Projekt.»

## Grundidee

Jährlich werden über 10'000 Personen mit zeckenübertragenen Krankheiten wie FSME oder Lyme Borreliose infiziert. Die biologische Bekämpfung in spezifisch ausgewählten Flächen wird mit dem für Zecken neuen Fallenkonzept „Attract and Kill“ angegangen. Eine biologisch abbaubare Falle soll Zecken mit Lockstoffen anziehen und mittels pathogener Pilze abtöten. Dieses neue Produkt bietet die Chance, eine namhafte Reduktion der Zeckenpopulation herbeizuführen und dadurch viele durch Zeckenbisse verursachte Leidensgeschichten, sowie die damit verbundenen immensen Kosten zu reduzieren.

10

## Markt und Kooperationspartner

Die weltweite Zeckenproblematik führt zu einem sehr grossen Marktpotenzial. Als Kooperationspartner kommen kommerzielle Verteiler (Do-it, Gartencenter, Landi) und die Direktvermarktung in Frage. Es handelt sich um ein sehr innovatives Projekt, welches sich in keiner vergleichbaren Konkurrenzsituation auf dem Weltmarkt befindet. Es gibt mehrere Forschungsstellen im In- und Ausland, die sich zwar mit der biologischen Zeckenbekämpfung befassen, jedoch keine, die sich auch mit dem Ansatz «Attract and Kill» auseinandersetzt.

## Konkrete Umsetzung

Nach einer einjährigen Machbarkeitsstudie wurde im Januar 2012 ein dreijähriges Nachfolgeprojekt lanciert, welches die Entwicklung der Zeckenfalle anstrebt. Das Projekt wird von der Kommission für Technologie und Innovation (KTI) sowie verschiedenen Stiftungen und Gemeinden unterstützt. Aus dem Projekt soll ein Start-up gegründet werden, um das Produkt auf den Markt zu bringen.

## Organisation

Gründer.....	Thomas Hufschmid
Geschäftsausrichtung.....	Hybrid
Tätigkeitsfeld.....	Gesundheit, Forschung
Gründungsphase .....	Pre-Seed
Website .....	<a href="http://lsfm.zhaw.ch/science/iunr-hortikultur">lsfm.zhaw.ch/science/iunr-hortikultur</a>
Fokus.....	National

# Würdigung

Preisträger  
Spezialpreis Suva

«Die technische Lösung ist eine echte Innovation –  
Architektur und Funktionsweise bestechend aufgebaut.»

Rolf Schmidiger, in Vertretung der Fachjury

## Der Entscheid der Jury

Die durch Zeckenbisse verursachten Unfälle nehmen zu und verursachen in der Schweiz jährlich Kosten im zweistelligen Millionenbereich. Diese Summe verteilt sich auf mehrere Tausend Patienten, welche Jahr für Jahr registriert werden. Zudem existiert eine schwer abschätzbare Dunkelziffer von nicht gemeldeten Zeckenfällen. Wichtige Gründe hierzu sind die oft sehr schwierige Diagnose und dass die ersten, schwerwiegenden Symptome einer zeckenübertragenen Krankheit teilweise erst mehrere Jahre nach dem Zeckenstich auftreten.

Die biologische Bekämpfung in spezifisch ausgewählten Flächen wird mit dem für Zecken neuen Fallenkonzept „Attract and Kill“ angegangen. Eine biologisch abbaubare Falle soll Zecken mit Lockstoffen anziehen und mittels pathogener Pilze abtöten. Dieses neue Produkt soll gezielt in öffentlichen Anlagen (z.B. Vita-Parcours, Waldkindergärten, Grillplätze) oder auch im privaten Bereich eingesetzt werden und zu einer namhaften Reduktion der Zeckenpopulation führen, jedoch nicht zur kompletten Ausrottung aller Zecken.

## Würdigung

Die Jury wurde überzeugt von einem innovativen System «Zeckenfalle», welche das Ziel hat, natürlich vorkommende Gegenspieler der Zecke einzusetzen. Die technische Lösung ist eine echte Innovation, die Architektur und die Funktionsweise ist bestechend aufgebaut. Weil für dieses Produkt keine vergleichbare Konkurrenzsituation und eine grosse Nachfrage besteht, wird die Implementierung des Business Plans als sehr realistisch angesehen.

Besonders darauf hinzuweisen ist, dass mit einem wirksamen Einsatz dieser geplanten Zeckenfalle, auch sehr schwerwiegende Fälle von FSME (Frühsommer-Meningoenzephalitis) und damit unsägliches menschliches Leid verhindert werden kann.

Das Team ist gut aufgestellt, die Jury glaubt daran, dass es dem Team noch gelingen wird, in den nächsten Monaten, den best möglichen Lockstoff zu entwickeln. Zudem ist die Jury sehr zuversichtlich, dass sich ein entsprechendes marktfähiges Produkt sehr gut verkaufen lässt.

# BoxTango



«Unser Ziel ist eine Güterverkehrsverlagerung von der Strasse auf die Schiene – und das so wirtschaftlich und kundennah wie möglich. Durch diese Verlagerung reduzieren wir fünf Jahre nach Markteintritt die CO<sup>2</sup>-Emissionen um mehr als 100 Tsd. Tonnen pro Jahr. Die Unfallhäufigkeit sinkt um den Faktor 10 im Vergleich zu reinen Strassentransporten.»

## Grundidee

BoxTango geht mit einer neu entwickelten Umschlagtechnik für Container und Wechselbrücken im kombinierten Verkehr in Europa auf den Transportmarkt. Die Umschlageinrichtung wird auf einen LKW montiert und bewegt Container waagrecht zwischen Strasse und Schiene. Der Umschlag kann an jedem Freiverlad erfolgen. Dadurch können die Transportkosten ab Distanzen von 500 Kilometern um 20% (CH ab 150 Kilometer) reduziert werden. BoxTango leistet einen wesentlichen Beitrag zur Verkehrsverlagerung auf die Schiene und reduziert die CO<sup>2</sup>-Emissionen im Vergleich zum Strassen-transport um 50 bis 80%.

12

## Markt und Kooperationspartner

Der kombinierte Verkehr in Europa ist in den letzten 14 Jahren trotz Krise um den Faktor 4 gewachsen. In vielen verfügbaren Studien und Prognosen wird von weiterem Wachstum im Güterverkehr ausgegangen. Steigende Preise für Diesel, Löhne und Strassenbenutzung führen zu einer zunehmend verzweifelten Suche nach Alternativen. Die Konkurrenten sind der LKW, bzw. die klassischen Spediteure und Trucker. Die Wettbewerbsvorteile von BoxTango liegen auf der Kostenseite und der sehr skalierbaren Schnittstelle Strasse/Schiene.

## Konkrete Umsetzung

Aktuell steckt BoxTango mitten in der Entwicklung eines Prototypen der Umschlagtechnik. Anfang 2013 werden die ersten Transporte für Kunden abgewickelt. Parallel läuft die Organisationsentwicklung auf Markt-, Personal- und Kundenseite, um ein antizipiertes Wachstum umsetzen zu können.

## Organisation

Gründer.....	Martin Burkhardt
Geschäftsausrichtung.....	Hybrid
Tätigkeitsfeld.....	Transportlogistik
Gründungsphase .....	Start-up
Website .....	<a href="http://www.bboxtango.com">www.bboxtango.com</a>
Fokus.....	International

# Würdigung

Preisträger  
Spezialpreis Green Innovation

«Die dadurch erzielten Effekte bedeuten eine Halbierung der Schnittstellenkosten.»

Dr. Anaïs Sägesser, in Vertretung der Fachjury

## Der Entscheid der Jury

Der Klimawandel ist eine der grössten Herausforderungen für die Menschheit. Entsprechend gilt es die Emissionen von Treibhausgasen zu reduzieren, um somit den Klimawandel zumindest zu verlangsamen. Während in den Sektoren Energieerzeugung oder Haushalte in Europa die Treibhausmissionen seit einigen Jahren zurückgehen, wachsen diejenigen des Verkehrs weiterhin. Überbordender Individualverkehr und Lastwagenstaus auf den Autobahnen führen nicht nur zu einem enormen Flächenverbrauch und leider immer noch zu Verkehrsunfällen, sondern die Abgase tragen in einem erheblichen Mass zum Ausstoss von klimaschädlichen Treibhausgasen bei. Gerade der strassengebundene Containerverkehr wächst stark, da der umweltfreundliche Schienentransport wegen der hohen Schnittstellenkosten an Konkurrenzfähigkeit einbüsst.

BoxTango setzt hier an. BoxTango hat eine neuartige Umschlagtechnik entwickelt, die es erlaubt, Container zwischen Strasse und Schiene unabhängig von Beladeanlagen umzuschlagen. Hierzu wurde eine Umschlagvorrichtung entwickelt, die auf einen LKW montiert wird und die alle Standard Container und alle Wechselbrücken waagrecht zwischen LKW und Güterwaggon verschieben kann. Die dadurch erzielten Effekte bedeuten eine Halbierung der Schnittstellenkosten sowie den vollkommen mobilen Einsatz, wodurch sich die Konkurrenzfähigkeit der Schiene schon bei deutlich geringeren Kilometern Transportdistanzen deutlich erhöht. Damit wird ein wesentlicher Beitrag zur Verlagerung des Schwerverkehrs auf die Schiene und eine Erreichbarkeit im suburbanen Raum erzielt.

## Würdigung

Die Jury überzeugt hat die einleuchtende umweltbezogene Geschäftsidee eines Experten im Bereich des Güterverkehrs, unterstützt mit zum Patent angemeldeter Technologie, mit einem klaren gesamtgesellschaftlichen Nutzen. Durch die Verlagerung des Güterverkehrs von der Strasse auf die Schiene über längere als bisher mögliche Distanzen resultieren tatsächliche Einsparungen von Emissionen. Die Kombination von Preis- und Umweltvorteil sind Voraussetzungen, die es BoxTango ermöglichen, in den Markt einzusteigen und sich durchzusetzen. Im Vergleich zum reinen Strassentransport ist eine CO<sub>2</sub>-Reduktion der Transporte von 50% bis zu 80% zu erwarten. Zusätzlich resultieren durch den hohen Bahnanteil auch positive umweltbezogene Effekte bezüglich der Emission von Feinstaubpartikeln und nicht zuletzt einen positiven Impact durch die Verringerung der Unfallhäufigkeit.

Die technische Lösung ist eine echte Innovation, funktioniert und bietet damit ein technisch begründetes Alleinstellungsmerkmal. Somit kann die Implementierung der wesentlichen Punkte des Business Plans als realistisch angesehen werden. Um einen durchschlagenden Markterfolg zu erzielen und das langfristige Bestehen des Unternehmens BoxTango zu sichern, wird das Team noch Kapazitäten im Bereich Marketing und Verkauf aufbauen müssen.



# Eaternity



«Unser hauptsächlich ehrenamtliches Engagement hat eine 3-jährige Entstehungsgeschichte mit vielen kleinen Erfolgen. In Kooperation mit Partnern wurde klimafreundliches Essen bereits erfolgreich realisiert und angeboten. Um der weiteren Nachfrage gerecht zu werden, gehen wir mit der Bewerbung zum SEF-Swiss Start-up Award 2012 den Schritt zum Aufbau der professionellen Organisation.»

## Grundidee

Eaternity bringt klimafreundliches Essen auf den Tisch und hat die Vision, klimafreundliche Ernährung in der Gesellschaft zu etablieren. Unsere Ernährung verursacht mehr als ein 1/3 der konsumbedingten Treibhausgase in Europa. Eaternity sieht die Möglichkeit die Emissionen um 50% zu reduzieren. Als Bindeglied zwischen Wissenschaft und Praxis bereitet Eaternity relevante Informationen bezüglich der CO<sup>2</sup>-Bilanz von Lebensmitteln verständlich und für alle zugänglich auf. Zunächst fokussiert auf Betriebskantinen, bietet Eaternity Dienstleistungen, welche die Emissionen senken können; u.a. durch die Erstellung einer Datenbank mit Studien zu CO<sup>2</sup>-Werten von Lebensmitteln und deren Produktionswege, sowie die Programmierung einer Web-Applikation, welche CO<sup>2</sup>-Berechnungen und Menü-Optimierungen ermöglicht. Ziel ist es, für jedes servierte Menü ein CO<sup>2</sup>-Label bereitzustellen.

14

## Markt und Kooperationspartner

Der Klimawandel ist eine Realität – der bestehende Markt, sowie das Interesse werden wachsen. Eaternity positioniert sich mit seiner Dienstleistung in einem Markt-Segment ohne bestehende Konkurrenz. Mit einem Horizont von über 1000 potenziellen Personalkantinen plant Eaternity, 50 Kantinen bis Ende 2014 zu erreichen. Eaternity stellt sich mit seiner Expertise nicht kompetitiv gegenüber anderen Organisationen auf, sondern strebt nach offenem Austausch über Partnerschaften.

## Konkrete Umsetzung

Bei der Menü-Optimierung wird nach dem effektivsten Verhältnis zwischen Wirtschaftlichkeit, Genuss und Attraktivität, Gesundheit und CO<sup>2</sup> gesucht. Die Softwarelösung ermöglicht die Skalierung bis hin zur Vision, die Dienstleistung einer breiteren Schicht – jeder Privatperson, nicht-kommerziellen Einrichtungen etc. unentgeltlich zur Verfügung stellen zu können.

## Organisation

Gründer.....	Manuel Klarmann
Geschäftsausrichtung.....	Hybrid
Tätigkeitsfeld.....	IT, Umwelt
Gründungsphase .....	Start-up
Website .....	<a href="http://www.eaternity.ch">www.eaternity.ch</a>
Fokus.....	International

# Würdigung

Preisträger  
Spezialpreis Social Innovation

«Mit den entwickelten Menüvorschlägen lassen sich rund zwei Drittel der Treibhausgase einsparen.»

Sarah Lee Keller, in Vertretung der Fachjury

## Der Entscheid der Jury

Unsere Essgewohnheiten belasten das Klima. Aktuelle Studien zeigen, dass in Europa rund 30% der konsumbedingten CO<sub>2</sub>-Emissionen im Zusammenhang mit der Ernährung entstehen, mehr als im Verkehr oder beim Wohnen. Die aus Gründen des Klimaschutzes notwendige Reduktion der CO<sub>2</sub>-Emissionen erfordert deshalb auch eine drastische Verringerung der Treibhausgase, die bei der Herstellung und der Verarbeitung von Nahrungsmitteln entstehen.

Eaternity zeigt einen konkreten Weg zu einer klimafreundlichen Ernährung auf. Der von Studierenden der ETH Zürich gegründete Verein macht die wissenschaftlichen Zusammenhänge zwischen Essverhalten und Klimawandel deutlich und versucht auf diese Weise, Konsumentenscheide zu beeinflussen. Die wissenschaftliche Basis bilden Ökobilanzen, welche die Umweltbelastung verschiedener Lebensmittel über den ganzen Lebensweg zum Ausdruck bringen, von der Herstellung über den Transport bis zum Verkauf und der Verarbeitung eines Produktes. Der Eaternity-Rechner, eine kostenlose Web-Applikation, greift auf dieses Wissen zurück und ermöglicht den Konsumenten auf einfache Weise, den CO<sub>2</sub>-Gehalt von Mahlzeiten zu ermitteln. Gleichzeitig strebt Eaternity die Zusammenarbeit mit Personalrestaurants an, damit diese klimafreundliche Menüs anbieten. Eaternity hat erfolgreiche Pilotprojekte durchgeführt, etwa an den ETH-Mensen und an Personalkantinen der Stadt Zürich. Mit den von Eaternity entwickelten Menüvorschlägen, bei denen auf Saisonalität und Regionalität der Produkte geachtet und auf Fleisch verzichtet wird, lassen sich gegenüber einem Fleischgericht rund zwei Drittel der Treibhausgase einsparen.

## Würdigung

Die Art und Weise, wie Eaternity wissenschaftliche Fakten mit innovativen Strategien zur Verhaltensänderung verbindet, hat die Jury beeindruckt. Wer über die Ernährung einen Beitrag zum Klimawandel leisten will, braucht das Wissen, wie es Eaternity auf der Datenbank öffentlich verfügbar macht. Das alleine genügt nicht, um die Ernährungsgewohnheiten zu verändern. Umso wertvoller ist deshalb der Ansatz von Eaternity, mit konkreten Angeboten die nachhaltige Ernährung zu fördern. Dazu zählen unter anderem der CO<sub>2</sub>-Rechner, die Publikation von Rezeptvorschlägen und die Kooperation mit Personalrestaurants. Eaternity sieht sich als Bindeglied zwischen Wissenschaft und Praxis und strebt als Verein nicht nach Profit. Einnahmen werden über Beratungsdienstleistungen für Gastrounternehmen angestrebt, im Vordergrund stehen derzeit Personalrestaurants von Grossbetrieben.

Eaternity kann zu einem Wegbereiter einer nachhaltigen Ernährung werden. Der Verein weist einen Weg, wie sich jeder einzelne Konsument im Alltag konkret für die Umwelt engagieren kann. Dabei setzt Eaternity auf freiwillige Verhaltensänderungen und sieht von Zwang oder Verboten ab, die auch politisch nicht durchsetzbar wären. Auf diese Weise leistet Eaternity einen wichtigen Beitrag zur CO<sub>2</sub>-Reduktion.

## SEF-Swiss präsentiert:

die 6 Finalisten und  
16 Nominierten des SEF-Swiss  
Start-up Award 2012

## Aiducation

Aiducation International ist eine Schweizer Organisation, welche jungen Talenten Zugang zu Bildung ermöglicht, indem es Spendern («AiduMaker») ermöglicht, begabte und bedürftige Schüler («AiduFellows») in Entwicklungsländern auszuwählen und mit Leistungsstipendien auszuzeichnen. Durch die gezielte Förderung von künftigen Leistungsträgern ermöglicht es Aiducation International jungen Menschen, ihr Potenzial zu entfalten. Die Stipendiaten sind ferner Teil eines Netzwerkes von zukünftigen Leistungsträgern, welche die politische, wirtschaftliche und soziale Entwicklung ihres Landes mitgestalten.

### Markt und Kooperationspartner

Um menschliches Potenzial möglichst effizient zu realisieren, fokussiert sich Aiducation auf zukünftige Leistungsträger bzw. die leistungsstärksten Schüler. Die finanzielle Förderung wird mit einer ideellen Förderung ergänzt.

### Organisation

Gründer ..... J. Kambi, K. und F. Kapitza  
Geschäftsausrichtung ..... N-Profit  
Tätigkeitsfeld ..... Bildung  
Gründungsphase ..... Start-up  
Website ..... [www.aiducation.org](http://www.aiducation.org)  
Fokus ..... International





## Alpwheels

Alpwheels will manufacture a device to roll a pair of skis comfortably instead of carrying them on the shoulders. Alpwheels is committed to deliver an environmentally friendly product that supports working with local people and taking social engagement very seriously. Therefore used rollerblade wheels are going to be collected and recycled. Disabled people factories in Switzerland will clean the wheels and produce the device. It is the first time in the world that urethane rollerblade wheels are recycled. Alpwheels respects the planet and gives a chance to disabled people to work, earn fair wages and to feel included in society.

### Markt und Kooperationspartner

Alpwheels target market is every skier. Currently there is a small market for ski transport devices, such as ski bags and carriers, so there are no competitors. The product is unique and pioneering in the market.

### Organisation

Gründerin ..... Julieta Fischer  
 Geschäftsausrichtung ..... Hybrid  
 Tätigkeitsfeld ..... Umwelt, Soziales  
 Gründungsphase ..... Start-up  
 Website ..... [www.alpwheels.com](http://www.alpwheels.com)  
 Fokus ..... International



# Doonited

On Doonited.com people enjoy good deeds from around the world, share their stories, get inspired and inspire others. The target group are mainly young, internet-affine users, who like to be entertained and have an urge to share stories from their everyday life. Doing good is fun and makes people feel good. Doonited wants to show this with the easiest entry to social engagement. Awareness rises and people start focusing on the good side of life. Good is already happening out there. By giving it a stage, doing good is becoming «cool» and will be included to people's everyday life. This leads to a mindset that will change the world.

## Markt und Kooperationspartner

Doonited does not have direct competitors (yet). It already partnered up with several businesses and partners in small cooperations. Companies such as Volkswagen, Swissotel, MTV and others are already interested in partnerships.

## Organisation

Gründer ..... Daniel Busse  
Geschäftsausrichtung ..... Social Impact  
Tätigkeitsfeld ..... IT, Community  
Gründungsphase ..... Start-up  
Website ..... [www.doonited.com](http://www.doonited.com)  
Fokus ..... International



# routeRANK

routeRANK provides a software solution for travel planning. Unlike other solutions that consider only one means of transport at a time, routeRANK addresses the entire travel route by integrating rail, road and air connections. routeRANK finds and ranks the best possible travel routes, allowing users to sort them. Besides the classical criteria of cost and time, routeRANK offers additional criteria for ranking travel routes such as CO<sub>2</sub> emissions, productivity and stress. routeRANK addresses the lack of transparency in travel and helps people make informed choices, find suitable mobility and reduce CO<sub>2</sub> emissions.

## Markt und Kooperationspartner

The interest in routeRANK is growing as the market recognizes the benefits of the comprehensive approach, for cost and time as well as for the environment. It is the only travel tool, which includes also the environmental dimension.

## Organisation

Gründer ..... Jochen Mundinger  
Geschäftsausrichtung ..... Social Impact  
Tätigkeitsfeld ..... IT, Umwelt  
Gründungsphase ..... Start-up  
Website ..... [www.routerank.com](http://www.routerank.com)  
Fokus ..... International





## ShopProps

ShopProps entwickelt und betreibt Webportale für konsumbasiertes Fundraising. Auf ShopProps können die Nutzer durch den Einkauf bei über 300 Onlineshops an Hilfsorganisationen spenden. Für die Nutzer entstehen hierbei keine Extrakosten – im Gegenteil: durch Rabattaktionen und Gutscheine können sie sogar sparen. ShopProps bietet durch den alternativen Weg der Spendengenerierung für Hilfsorganisationen, Vereine und Stiftungen die Chance für ein erhöhtes Spendenaufkommen. Durch die „Konsumspende“ als Fundraising-Tool kann auch eine jüngere Bevölkerungsschicht angesprochen und als Aktivspender gewonnen werden.

### Markt und Kooperationspartner

Allein in Deutschland treffen 43 Mio. Online-Einkäufer mit 26,1 Milliarden Euro E-Commerce Umsatz auf ein 4,26 Milliarden Euro hohes Spendenaufkommen und 22 Mio. Geldspender in 2011. Es gibt nur wenige ernstzunehmende Mitbewerber.

### Organisation

Gründer ..... Harald Wagner, Martin Chichowski  
Geschäftsausrichtung ..... Social Impact  
Tätigkeitsfeld ..... IT, Soziales  
Gründungsphase ..... Start-up  
Website ..... [www.shoppops.de](http://www.shoppops.de)  
Fokus ..... National



## TakaTaka Solutions

In Kenias Hauptstadt Nairobi können sich 25 von 3,5 Millionen Einwohnern keine Abfallentsorgung leisten. Nicht gesammelter Abfall ist häufig toxisch und führt zu erheblichen Gesundheits- und Umweltproblemen. TakaTaka Solutions ist ein in Nairobi ansässiges sozial orientiertes Abfallunternehmen. Durch ein innovatives Geschäftsmodell werden 80% des gesammelten Abfalls wiederverwertet und Jugendgruppen in ärmeren Gegenden zu Mikrounternehmern gemacht. Durch ein Franchising System wird es möglich, die Abfallsammlung zu koordinieren, bezahlbar zu machen und neue Einkommensquellen zu erschliessen.

### Markt und Kooperationspartner

Der Kompostmarkt in Kenia ist vielversprechend, aber noch jung. Von Bedeutung sind eine glaubwürdige Zertifizierung und Bewusstseinschaffung. Der Partner At-Verband verfügt über mehr als 15 Jahre Erfahrung im Abfallsektor in Afrika.

### Organisation

Gründer ..... Daniel Luis Paffenholz  
Geschäftsausrichtung ..... Social Impact  
Tätigkeitsfeld ..... Community, Umwelt  
Gründungsphase ..... Start-up  
Website ..... [www.takatakasolutions.com](http://www.takatakasolutions.com)  
Fokus ..... International



## B-Vertrieb

Ziel von B-Vertrieb ist es, möglichst vielen Mitmenschen mit Handicap eine geregelte, nachhaltige und sinnvolle Arbeit geben zu können und die Sozialwerke zu entlasten. Verschiedene anerkannte Behindertenwerkstätten mit geschützten Arbeitsbereichen in der Schweiz stellen Artikel als Eigenprodukte her oder produzieren im Auftrag von B-Vertrieb nützliche Gebrauchsartikel, die Schweizer Unternehmen vom Kleinbetrieb bis zum Grosskonzern angeboten werden. Neben der Errichtung eines Lieferantennetzwerks gibt es einen Online-Shop, in welchem auch Privatkunden die Möglichkeit zum Einkauf haben.

### Markt und Kooperationspartner

Kooperationspartner sind ausschliesslich anerkannte Schweizer Behindertenwerkstätten. Die Konkurrenz ist klein: beim einzigen Mitbewerber werden die Artikel grösstenteils in Massenfertigung hergestellt und/oder importiert.

### Organisation

Gründer ..... Thomas Stahr  
Geschäftsausrichtung ..... Hybrid  
Tätigkeitsfeld ..... Soziales  
Gründungsphase ..... Start-up  
Website ..... [www.b-vertrieb.ch](http://www.b-vertrieb.ch)  
Fokus ..... National



## CatchMyPain.com

Jeder fünfte Erwachsene in Europa leidet an chronischen Schmerzen und und die Hälfte davon seit über sieben Jahren. Diese Zahlen verdeutlichen, wie komplex und schwierig die erfolgreiche Behandlung von chronischen Schmerzen ist. Patienten gehen oftmals von einem Arzt zum nächsten, ohne eine zufriedenstellende Lösung zu finden. Auf CatchMyPain.com können Patienten ein umfassendes Tagebuch führen und ihre Schmerzen in einem Körperbild detailliert einzeichnen. Die anonymisierten Daten aus den Tagebüchern werden systematisch verglichen und analysiert, um neue Erkenntnisse in der Schmerzmedizin zu gewinnen.

### Markt und Kooperationspartner

Im Rahmen eines KTI-Projekts arbeitet die Sanovation AG mit dem Institut für Informatik der Universität Zürich und den Kliniken Valens an der Entwicklung von CatchMyPain. Das Projekt wird weiters durch die Hasler Stiftung mitfinanziert.

### Organisation

Gründer ..... Daniel Lawniczak u.a.  
Geschäftsausrichtung ..... Hybrid  
Tätigkeitsfeld ..... Gesundheit, IT, Community  
Gründungsphase ..... Pre-Seed  
Website ..... [www.catchmypain.com](http://www.catchmypain.com)  
Fokus ..... International



## Erib Corp.

Erib Corp. bietet eine natürliche und einzigartige Lösung bei Übergewicht, indem durch Analyse und Diagnostik die Essgewohnheiten reguliert werden. Durch ein Armband oder eine Uhr, die auf einem Ampelsystem beruht, wird angezeigt, wie lange die Nahrung für eine optimale Verdauung gekaut werden soll. Die eingebauten Sensoren bestimmen die Geschwindigkeit der Nahrungsaufnahme. Die abgespeicherten Daten werden analysiert, verglichen und Empfehlungen bereitgestellt. Ziel ist das Wiedererlangen von normalen Essgewohnheiten und Prävention. Erreicht wird zudem eine Reduktion der Kosten des Gesundheitswesens.

### Markt und Kooperationspartner

Das Marktpotenzial in der EU27 beläuft sich auf 23.5 Billionen CHF. In der EU9-Kernzone leben übergewichtig und präventiv denkende Personen von 48.2 Mio. Ziel ist es, bis Ende 2016 206 Tsd BMI-Watches, Bracelets und Clips zu verkaufen.

### Organisation

Gründer ..... Erwin Richard  
Geschäftsausrichtung ..... Social Impact  
Tätigkeitsfeld ..... Gesundheit, Bildung  
Gründungsphase ..... Start-up  
Website ..... [www.eribch.com](http://www.eribch.com)  
Fokus ..... International



## friends4school

friends4school ist der Förderverein 2.o. für Schulen und hat es sich zum Ziel gesetzt, Spenden für spezifische Schulprojekte zu sammeln. Schulen und Fördervereine können die Internetplattform kostenlos nutzen, um ein professionelles Ehemaligennetzwerk aufzubauen sowie Projektvorhaben (z.B. die Anschaffung einer neuen Tischtennisplatte) zu veröffentlichen, die Freunde der Schule (Eltern, Ehemalige und Unternehmen) unterstützen können. Die Plattform finanziert sich durch eine Provisionsgebühr in Höhe von 5% auf jede Spende sowie Erträge aus den Bereichen CSR, Werbung und Einkaufsbündelung.

### Markt und Kooperationspartner

friends4school besetzt eine Marktnische, indem es Ansätze aus dem Anzeigengeschäft (Projekte veröffentlichen), dem Spendenmarkt sowie dem Social-Web in einem neuen, sozialen Geschäftsmodell vereint.

### Organisation

Gründer ..... Tilman Buchner  
Geschäftsausrichtung ..... N-Profit  
Tätigkeitsfeld ..... Bildung  
Gründungsphase ..... Start-up  
Website ..... [www.friends4school.de](http://www.friends4school.de)  
Fokus ..... National



# Makerble

Makerble is a mobile and web donation platform, which provides a dynamic, targeted and measurable donations experience. Every donor has a Change Timeline that displays 'Change Icons' relating to the objects and improvements that their individual donations have paid for – reassuring them, their social network friends and the world at large, that aid is indeed working. Makerble uses gamification and social newsfeeds to track the impact of peoples donations, providing them with the confidence to donate. Proud and excited, donors will share their stories of social impact through social networks, making giving viral.

## Markt und Kooperationspartner

In the UK there are 25 million people who shop online but only 2 million people donate to NGOs online. 29 million people donate to NGOs in total. The aim is to migrate people to donate online on Makerble.

## Organisation

Gründer ..... Matt Kepple  
Geschäftsausrichtung.....Hybrid  
Tätigkeitsfeld .....IT, Community, Philanthropy  
Gründungsphase ..... Start-up  
Website ..... coming soon  
Fokus ..... International



# morphose perfumes

Ziel von morphose perfumes ist es, Menschen zu unterstützen, ihre Schönheit durch authentische Terroir-Parfums auszudrücken und die Gesellschaft über einzigartige und zum Teil bedrohte Duftpflanzen zu sensibilisieren. Dazu sucht morphose perfumes die grossartigsten Terroirs der Welt, die in der Lage sind, einzigartige Pflanzendüfte hervorzubringen. morphose perfumes strebt eine Reduktion von Zwischenhändlern sowie faire Arbeitsbedingungen an und unterstützt Biodiversitätsprojekte von Kleinbauern, womit der Gesellschaft das rare Wissen und die Traditionen der Pflanzenduftstoffe erhalten bleiben kann.

## Markt und Kooperationspartner

morphose perfumes positioniert sich im Parfummarkt über eine Nischendifferenzierung im Naturparfumsegment. Das Naturparfumsegment ist deutlich unterentwickelt, birgt aber durch den Trend zur Naturkosmetik ein grosses Potenzial.

## Organisation

Gründer ..... Lukas Lüscher  
Geschäftsausrichtung..... Social Impact  
Tätigkeitsfeld ..... Umwelt, Community  
Gründungsphase ..... Seed  
Website ..... N/A  
Fokus ..... International





# MySollars

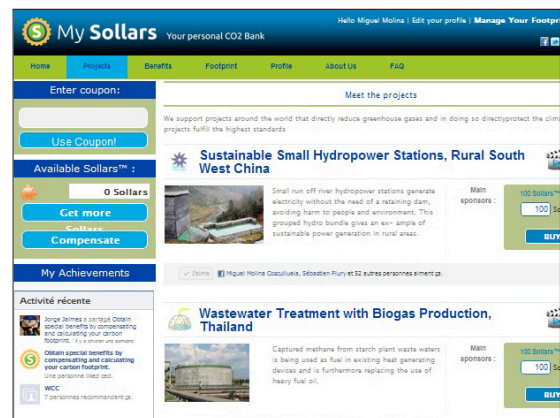
The online platform MySollars brings together companies and consumers in the fight against climate change. MySollars enables companies to engage with their customers, drive sales and portray their commitment towards the planet via a social game using loyalty rewards that are invested in renewable energy projects. These rewards, called Sollars, are real carbon credits that consumers receive from sponsoring companies and can use them not only to compensate their emissions, but also to compete in a social game. The platform engages consumers and allows them to reduce and compensate in a fun way.

## Markt und Kooperationspartner

MySollars is the only platform combining carbon retailing, coalition marketing loyalty programs and offering high level of social media exposure and user engagement. MySollars partners with major carbon wholesalers as SouthPole.

## Organisation

Gründer .....Miguel Molina, Maxime Droubi  
Geschäftsausrichtung.....Hybrid  
Tätigkeitsfeld .....Umwelt, Soziales  
Gründungsphase ..... Start-up  
Website ..... www.mysollars.com  
Fokus ..... International



# PocketDok

PocketDok ist ein Web- und App-basiertes medizinisches Expertensystem, mit dessen Hilfe sich Bagatellerkrankungen erkennen und von schwereren Erkrankungen unterscheiden lassen. Damit können User zuverlässig entscheiden, ob sie sich selber behandeln können oder einen Arzt aufsuchen sollten. Im Falle einer Bagatellerkrankung gibt das System Therapieempfehlungen ab und erlaubt dem User die Evaluation seines Heilungsverlaufs. Die Vision ist, dass Menschen sich jederzeit unabhängig von ihrem Versicherungsmodell einen ersten medizinischen Rat holen können und gleichzeitig die Kosten für den Patienten und das Gesundheitswesen reduziert werden.

## Markt und Kooperationspartner

eHealth und insbesondere Mobile Health sind stark wachsende Märkte. Es existiert eine Vielzahl von eHealth-Anwendungen, die jedoch wenig nutzerfreundlich sind.

## Organisation

Gründer ..... Samuel Huber  
Geschäftsausrichtung..... Social Impact  
Tätigkeitsfeld .....Gesundheit, Technik  
Gründungsphase ..... Pre-Seed  
Website ..... N/A  
Fokus ..... National





# PolyPort

PolyPort bietet eine Informationsplattform, welche Einkaufsbedarf mit bestehendem Einkaufsverkehr verbindet und somit eine CO<sup>2</sup> Reduktion im Einkaufsverkehr bewirken kann. Ziel ist es, bestehende Transportkapazitäten besser auszunutzen und ein Umdenken im Einkaufsverhalten zu erzielen. Konkret wird PolyPort im Sommer 2012 in Kooperation mit IKEA Schweiz ein System veröffentlichen, welches eine nachhaltige und praktische Lieferung von kleinen und mittleren Einkäufen ermöglicht. Neben dem Potenzial jährlich 20'000t CO<sup>2</sup> einzusparen, ermöglicht PolyPort zeitsparendere und umweltfreundlichere Einkäufe.

## Markt und Kooperationspartner

PolyPort besetzt einen Nischenmarkt, der im Falle von IKEA heute nicht professionell bedient wird. Es gibt keine Lieferoption für kleine und mittelgrosse Produkte, es bleibt nur die Option selbst einkaufen zu gehen.

## Organisation

Gründerin ..... Stella Schieffer  
Geschäftsausrichtung ..... Social Impact  
Tätigkeitsfeld ..... Umwelt, Community  
Gründungsphase ..... Start-up  
Website ..... [www.polyport.ch](http://www.polyport.ch)  
Fokus ..... International



# quitt.ch

quitt.ch automatisiert die legale Anstellung von Haushaltshilfen. Für Arbeitgeber bedeutet dies, dass erstmals alle Schritte online und in wenigen Minuten erledigt werden können. Arbeitnehmern stehen zudem alle nützlichen Informationen in ihrer Sprache zur Verfügung. Ob Putzhilfe, Alterspflege oder Babysitter – in der Schweiz zählen 430'000 Haushalte auf eine externe Arbeitskraft. Ein Drittel dieser Arbeitnehmer sind schwarz angestellt. Durch die Reduktion von Schwarzarbeit kann der Staat zusätzliche Einnahmefizite bei den Sozialwerken decken, während Arbeitnehmer in den Genuss dieser Sozialversicherungen kommen.

## Markt und Kooperationspartner

Zahlen aus 2009 belegen, dass mindestens 40'000 Schweizer Haushalte ein Angebot, wie quitt.ch es anbietet, in Anspruch nehmen würden. Mit Ausnahme von Basel gibt es in der Deutschschweiz noch kein solches Angebot.

## Organisation

Gründer ..... David Christen, Daniel Moser  
Geschäftsausrichtung ..... Social Impact  
Tätigkeitsfeld ..... Integration, Soziales, IT  
Gründungsphase ..... Start-up  
Website ..... [www.quitt.ch](http://www.quitt.ch)  
Fokus ..... National



## Shellhouse

Das Schalenhaus Shellhouse aus expandiertem Styropor kann in einem einzigen maschinellen Arbeitsgang monolithisch oder modular produziert werden. Die Robustheit, tiefen Kosten und die ausgesprochen gute Ökobilanz machen das Leichtbauhaus dank hoher Isolationsleistung und Rezyklierbarkeit des Materials universell einsetzbar. Das Konzept gründet im Wunsch, die nicht erneuerbare Ressource Erdöl auf die ökologisch denkbar schonendste Weise zu nutzen. Der Einsatz von Shellhouse ist sowohl als günstiger Wohnraum in Entwicklungsländern wie auch für den schnellen Wiederaufbau nach Katastrophen denkbar.

### Markt und Kooperationspartner

ETH Zürich, EMPA Dübendorf, Bernapark AG, Industrie- und Dienstleistungspark, Stettlen, RUAG Aviation, Emmen, Schmied Beratung & Management GmbH, Gunten, SAGER AG, Dürrenäsch, Buschor AG, Burgdorf Ingenieurbüro.

### Organisation

Gründer ..... Andreas Graf  
Geschäftsausrichtung..... Hybrid  
Tätigkeitsfeld ..... Umwelt, Technik  
Gründungsphase ..... Pre-Seed  
Website ..... [www.shellhouse.ch](http://www.shellhouse.ch)  
Fokus ..... International



## sira munich

sira munich unterstützt kleine und mittelständische Unternehmen beim Aufbau einer betrieblichen Kinderbetreuung. Dabei übernimmt sira munich als externer Dienstleister das komplette Projektmanagement von der Bedarfsanalyse innerhalb der Belegschaft über die Unterstützung der Geschäftsführung bei der Entscheidung für eine bedarfsgerechte, nachhaltige und gleichzeitig finanziell sinnvolle Lösung bis hin zur Implementierung des ausgewählten Konzepts. Ziel von sira munich ist die Einbindung von Frauen ins kontinuierliche Erwerbsleben und eine Investition in die frühzeitige Bildung der Kinder.

### Markt und Kooperationspartner

sira munich ist der einzige Anbieter im Markt, der mit Hilfe eines wachsenden Netzwerks an Kooperationspartnern flexibel auf den Bedarf von Mitarbeitenden und Unternehmen reagieren kann.

### Organisation

Gründer..Christina Ramgraber, David Siekaczek  
Geschäftsausrichtung..... Social Impact  
Tätigkeitsfeld ..... Integration, Soziales, Bildung  
Gründungsphase ..... Start-up  
Website ..... [www.sira-munich.de](http://www.sira-munich.de)  
Fokus ..... National



## Solarlicht

Solarlicht ist ein Social Business, welches in Indien Kerosinlampen in Haushalten unterschiedlicher Kastenzugehörigkeit durch moderne LED-Solarlampen ersetzt. Das Besondere an dem Projekt ist, dass mit einem nachhaltigen Geschäftsmodell die Grenzen zwischen unterschiedlichen Kasten aufgeweicht werden. In der Regel ist es nicht möglich, dass ein Kastenloser das Haus eines Angehörigen einer anderen Kaste betritt. Genau das aber wird durch das Projekt forciert: Die Installation und Wartung der Solarlampen wird überwiegend durch Kastenlose organisiert, was einen Hausbesuch bei Angehörigen anderer Kasten notwendig macht.

### Markt und Kooperationspartner

Ganz wesentlich für den Erfolg ist der Kooperationspartner REDS, der über viele Jahre hinweg eine stabile und erfolgreiche Netzwerkstruktur in Hunderten von Dörfern aufgebaut hat. Weitere Partner: Andheri-Hilfe und Villageboom GmbH.

### Organisation

Gründer ..... M.C. Raj, A. Ilg, T. Ricke  
Geschäftsausrichtung ..... N-Profit  
Tätigkeitsfeld ..... Integration, Soziales, IT  
Gründungsphase ..... Pre-Seed  
Website ..... N/A  
Fokus ..... International



## Stuffbook

Stuffbook is a mobile and web platform that empowers owners to let their stuff go by renting it through a chain of trusted users. Owners make money with their stuff and can get it back if needed. Users keep the stuff they rent until the next user requests it. They save money by renting and get compensated to distribute the stuff to the next user. Thus, Stuffbook is an alternative to buy and sell, Stuffbook creates a social and economic alternative to selling or giving by making it easy to share resources. The platform is globally scalable and could be rolled out in Europe and beyond (ex: mobile developments in developing countries).

### Markt und Kooperationspartner

Switzerland as the market with the most iPhone users in Europe and 37% users on Facebook is a good testbed with revenue potential at 2 million CHF. Market may be strongly limited by competitors such as small adds and ecommerce sites.

### Organisation

Gründer ..... Mathieu Stremsoerfer  
Geschäftsausrichtung ..... Hybrid  
Tätigkeitsfeld ..... IT, Community  
Gründungsphase ..... Pre-Seed  
Website ..... [www.stuffbook.ch](http://www.stuffbook.ch)  
Fokus ..... National



## weACT

weACT ermutigt Menschen, sich für eine nachhaltige Zukunft zu engagieren. Die Umsetzung erfolgt über die Organisation von Gruppenwettbewerben und mittels einer spielerischen Online-Software. Die Teilnehmer probieren gemeinsam mit ihren Freunden während eines bestimmten Zeitraums alltägliche Aktionen aus, die einen positiven ökologischen Einfluss haben. Damit können im Durchschnitt 10% der persönlichen CO<sup>2</sup> Emissionen verringert werden. Als Schweizer Partner des Global Action Plan International ist weACT nicht nur international vernetzt, sondern auch inhaltlich und methodisch abgesichert.

### Markt und Kooperationspartner

Im Umwelt-Bereich gibt es kein Unternehmen, das Information mit Aktion koppelt. Als Schweizer Partner des Global Action Plan International ist weACT nicht nur international vernetzt, sondern auch inhaltlich und methodisch bestätigt.

### Organisation

Gründerinnen ..... Majka Baur, Prisca Müller  
Geschäftsausrichtung..... Hybrid  
Tätigkeitsfeld ..... Community, Umwelt, Bildung  
Gründungsphase ..... Seed  
Website ..... [www.weact.ch](http://www.weact.ch)  
Fokus ..... National



## YouRehab

More than 30 million people worldwide suffer from severe motor disorders. Rehabilitation of such disorders is a resource-intensive activity. YouRehab turns this situation on its head by empowering patients to take responsibility for their own rehabilitation. It provides flexible, interactive tools to enable training at peak intensity at all stages of recovery. Patients can train with higher enjoyment through gaming, whenever and wherever they want, with improved clinical results. YouRehab is leading to increased patient independence as well as improved rehabilitation quality. It contributes to reduce stress and reduce healthcare costs.

### Markt und Kooperationspartner

The acceptance of interactive rehabilitation technologies is rapidly increasing with a market potential of several billion Euro. The competition consists of small companies, none of which has yet achieved large-scale market penetration.

### Organisation

Gründer..... O. Ullmann, K. Eng, Uni Team  
Geschäftsausrichtung..... Social Impact  
Tätigkeitsfeld ..... Gesundheit, IT, Soziales  
Gründungsphase ..... Pre-Seed  
Website ..... [www.yourehab.com](http://www.yourehab.com)  
Fokus ..... International





---

## SEF-Swiss präsentiert:

### die eingereichten Projekte des SEF-Swiss Start-up Award 2012

---

#### Amitié Hispaniola

Amitié Hispaniola unterstützt das Justinian University Hospital in Haiti. Als ärmstes Land der nördlichen Hemisphäre mit rekurrierenden ökologischen Katastrophen und politischer Unstabilität braucht es dringend Unterstützung, vor allem im Gesundheitswesen. Durch die Nutzung bereits vorhandener, überflüssiger medizinischer Ressourcen aus der Schweiz, kann den bedürftigen Menschen in Haiti eine medizinische Grundversorgung ermöglicht werden. MedizinstudentInnen haben die Chance, bei Amitié Hispaniola den Aufbau eines Hilfsprojektes und die Arbeit in einem Krankenhaus im Entwicklungsgebiet kennenzulernen.

28

Gründerin .....Sereina Kuhn  
Geschäftsausrichtung..... N-Profit  
Tätigkeitsfeld .....Gesundheit, Community  
Website ..... [www.amitiéhispaniola.ch](http://www.amitiéhispaniola.ch)



---

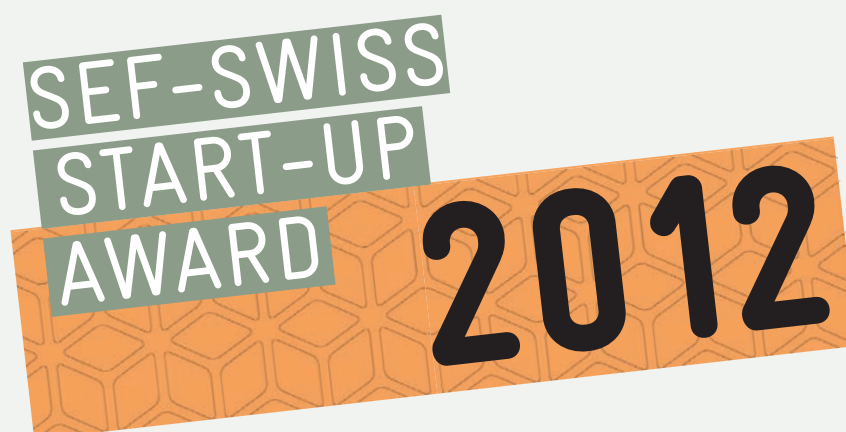
#### Beecauz.org

Beecauz is an interactive online donations platform that allows consumers to fund their preferred charitable projects through online shopping at a network of partners and through direct donations. Beecauz is helping commercial partners to leverage the power of cause-related marketing and get credits for their philanthropic initiatives, while increasing the overall amount of donations to non-profit organizations. Beecauz takes advantages of mass consumption behaviour to support non-profit initiatives and provides the user the ability to donate in an entertaining environment without spending money and changing shopping behaviour.

Gründer .....V. Bezençon, J. Moix, Y. Nieto  
Geschäftsausrichtung..... N-Profit  
Tätigkeitsfeld ..... IT, Community  
Website ..... [www.beecauz.org](http://www.beecauz.org)







## Clear Concepts

Natürliche Ressourcen werden nicht nachhaltig genutzt. Dies wird vor allem durch die täglich produzierte Abfallmenge deutlich. Der grösste Anteil dieser Abfallmenge in der Schweiz besteht aus Wegwerfartikel und Essensresten. Unser Lösungsansatz dafür richtet sich an Gemeinden und Unternehmen, indem wir Beratung anbieten oder Systeme anpassen oder einführen, die Abfall reduzieren oder vermeiden.

29

Gründer.....João Almeida  
Geschäftsausrichtung..... Social Impact  
Tätigkeitsfeld ..... Umwelt  
Website ..... N/A



## Energiebank Schweiz

Die Energiebank Schweiz macht aus der Energie eine Währung, die bei jedem Einkauf, jeder Konsumation, jeder Transportleistung bezahlt werden muss. Alles bekommt neben dem Frankenpreis einen Kilowattpreis (entspricht der grauen Energie). Das Energiekonto zeichnet die Energieausgaben der Kunden, also Privatpersonen, Firmen und Gemeinden auf. Dazu werden Werkzeuge zur automatisierten Erfassung des Energiekonsums entwickelt. Ziel ist es, dass die Menschen ihren Energieverbrauch durch selbst gewählte Massnahmen reduzieren und ein Energieeinkommen von 2'000 Watt pro Person erreicht wird.

Gründer..... Pascal Benninger  
Geschäftsausrichtung..... Hybrid  
Tätigkeitsfeld ..... IT, Umwelt, Bildung  
Website ..... [www.energiebankschweiz.ch](http://www.energiebankschweiz.ch)



---

## e-smart

---

e-smart ist ein Gebäudeautomatisierungssystem, das Wohneigentümern erlaubt, durch einen Klick alles in ihrem Heim zu kontrollieren und auf einen Blick den Energieverbrauch zu bestimmen. Das System besteht aus Modulen in der Grösse von drei Würfelzuckerstücken, die direkt hinter den Steckdosen angebracht werden und über die Stromleitung miteinander kommunizieren. Über einen Touchscreen und verbunden mit einem Smart Phone bietet es die Möglichkeit, den eigenen Energieverbrauch zu verstehen, zu kontrollieren und zu verringern.

Gründer .....Fabrizio Lo Conte  
Geschäftsausrichtung..... Social Impact  
Tätigkeitsfeld ..... Technik, Umwelt  
Website ..... [www.myesmart.com](http://www.myesmart.com)



---

## ESPOIR

---

ESPOIR ist eine Non-Profit Organisation zur ganzheitlichen Betreuung und Unterstützung von belasteten Kindern und Familien. Ziel von ESPOIR ist es, Kindern zum Recht auf Liebe, Geborgenheit, Sicherheit, Respekt und individuelle Förderung zu verhelfen. Die von ESPOIR begleiteten Kinder und Familien befinden sich in schwierigen Lebenssituationen. Ihr Alltag ist durch Krankheit, Sorgen und andere Probleme belastet. Die Kinder erfahren dank erlebnispädagogischer Angebote eine sinnvolle Freizeitgestaltung und werden in ihrer kreativen Ausdrucksfähigkeit, in ihrem Selbstvertrauen und ihrer Individualität gestärkt.

30

Gründerin ..... Lucia Schmid-Cestone  
Geschäftsausrichtung..... N-Profit  
Tätigkeitsfeld ..... Soziales, Integration  
Website ..... [www.verineespoir.ch](http://www.verineespoir.ch)



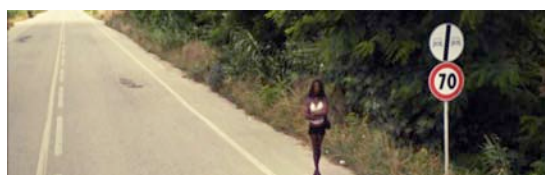
---

## Fair Trade Sex Foundation

---

The Fair Trade Sex Foundation aims at helping sex workers to improve their working conditions with a formal education and self-regulation. Prostitution is associated with many significant problems as public health, violence and slavery. In contrast to condemning, denying or prohibiting prostitution, the Fair Trade Sex Foundation is bringing the concept of social responsibility to the prostitution industry and is giving a Label to sex workers who fulfil requirements regarding education, legal components and health protection. The purpose is to stop the spread infections, reduce violation and help sex workers to get a minimal level of dignity.

Gründer ..... N/A  
Geschäftsausrichtung..... N-Profit  
Tätigkeitsfeld ..... Integration, Gesundheit  
Website ..... [www.fairtradesex.org](http://www.fairtradesex.org)



---

# Gesundheitsmanagement

---

Die soziale Innovation besteht in der Früherkennung von Langzeitkranken in Unternehmen und dem Aufgleisen von Unterstützungsmassnahmen für betroffene Mitarbeitende. Das Projekt verfolgt eine rasche Wiedereingliederung und Rückkehr zum Arbeitsplatz. Aufgrund der raschen Intervention können die Kosten und Zahl der IV Anmeldungen reduziert werden. Davon profitieren viele: der Arbeitgeber, die Krankenkasse, die Unfallversicherung, die Pensionskasse, die Invalidenversicherung, der Staat. Es soll eine Software entwickelt werden, welche die Unternehmen in der Zusammenarbeit fördert und prozessunterstützend wirkt.

Gründer.....Darko Petrovic  
Geschäftsausrichtung..... Social Impact  
Tätigkeitsfeld ..... Gesundheit, Soziales  
Website ..... N/A



---

## Gorilla

---

Gorilla entwickelt Gesundheitsförderungs-Massnahmen aus Sicht von Kindern und Jugendlichen (10-20 Jahre), um den grösstmöglichen Lern- und Motivationstransfer zu bewirken. Einerseits werden Module für Kinder und Jugendliche entwickelt, andererseits auch Angebote, die Lehrpersonen dazu dienen, ihr Know-how jugendnah zu vermitteln. Die Zielgruppe wird auf Augenhöhe abgeholt. Damit wird die Begeisterung für mehr Bewegung und eine ausgewogene Ernährung geweckt. Ziel von Gorilla ist es, das Übergewicht und den Bewegungsmangel von Kindern und Jugendlichen in der Schweiz nachhaltig und jugendnah zu bekämpfen.

Gründer.....Roger Grolimund  
Geschäftsausrichtung..... N-Profit  
Tätigkeitsfeld ..... Gesundheit, Bildung  
Website ..... [www.gorilla.ch](http://www.gorilla.ch)



31

---

## IPT – Integration für alle

---

Ziel der IPT ist die berufliche und soziale Reintegration von Menschen, welche in ihrer körperlichen und/oder psychischen Gesundheit eingeschränkt sind. Menschen, die aus gesundheitlichen Gründen aus dem Arbeitsprozess gefallen sind, sollen die Möglichkeit bekommen, eine sinnstiftende Arbeit zu finden und wieder dazuzugehören. IPT hat ein Konzept entwickelt, welches eine optimale Rückkehr ins Berufsleben ermöglichen soll. Das Konzept legt Wert auf eine individuell angepasste Arbeitstätigkeit mit Sinnstiftungspotenzial sowie eine maximale Passung zwischen vorhandenen Einschränkungen und Ressourcen am Arbeitsplatz.

Gründer..... Marc Genilloud, Urs Grüter  
Geschäftsausrichtung..... N-Profit  
Tätigkeitsfeld ..... Soziales, Integration  
Website ..... [www.stiftung-ipt.ch](http://www.stiftung-ipt.ch)



---

## OnlineGV

---

Die Aktionärsplattform OnlineGV entlastet die klassische Generalversammlung (GV) mit einer Internet-basierten Einladung, Registration und Stimmabgabe. Dazu kann ein Unternehmen auf OnlineGV direkt und zeitnah mit seinen Aktionären und Investoren kommunizieren und dank vollautomatisierter Prozesse Ressourcen und Kosten einsparen. Durch faktisch gleiche Möglichkeiten zur Stimmrechtsausübung soll eine höhere Legitimation von GV-Beschlüssen bewirkt werden. Eine interaktive Meinungsbildung im Vorfeld zur GV schafft mehr Vertrauen in die Unternehmensführung. Gesamthaft trägt das zu einem vermehrt nachhaltigen Kapitalmarkt bei.

Gründer ..... Roman Bühler  
Geschäftsausrichtung ..... Social Impact  
Tätigkeitsfeld ..... IT, Community  
Website ..... [www.onlinegv.ch](http://www.onlinegv.ch)



---

## Positive Content Agency

---

In einem durchschnittlichen Schweizer Unternehmen sind nur 28 aus 100 Mitarbeitenden sehr positiv engagiert. Die Mehrheit, 72%, ist engagiert oder bewusst nicht engagiert. Das bedeutet, diese Mitarbeitenden leisten nur gerade so viel, dass sie ihre Arbeit behalten (Gallup 2010). Die Forschung zeigt, dass ein höheres Engagement der Mitarbeitenden gleichzeitig die Mitarbeiterproduktivität hebt und die Verweildauer verlängert wie auch die Absenzen-Quote und die Gesundheitskosten senkt. Die Mission der Positive Content Agency (PCA) ist es, das Humankapital der Menschen durch bessere Arbeitszufriedenheit zu heben.

Gründerin ..... Sunnie Tölle, Nina Müller  
Geschäftsausrichtung ..... Social Impact  
Tätigkeitsfeld ..... Corporate Wellness  
Website ..... N/A



---

## rrrevolve.ch

---

rrrevolve.ch ist ein nachhaltiger Online-Shop, welcher ökologisch sinnvolle Produkte in gutem Design anbietet. Getreu dem Motto «reduce – reuse – recycle», verfügt rrrevolve.ch über ein breites Sortiment, von Solarladegeräten bis zu Espadrilles, von T-Shirts bis zu Espressomaschinen und von Taschenlampen bis zu Stromspargeräten. rrrevolve.ch soll nachhaltiges Denken weiter in die Mitte der Gesellschaft tragen und gerade auch die jüngere Generation an die Problematik heranführen. Dies soll nicht mit erhobenem Zeigefinger, sondern mit guten, schönen Produkten, die einen ökologisch nachhaltigen Zweck erfüllen, erreicht werden.

Gründer ..... Sebastian Lanz  
Geschäftsausrichtung ..... Social Impact  
Tätigkeitsfeld ..... Umwelt, Soziales  
Website ..... [www.rrrevolve.ch](http://www.rrrevolve.ch)



---

## Scandit

---

Scandit is a social mobile shopping assistant focused on price comparison and reviews by experts, users and friends. Consisting of a mobile phone application and a companion website, Scandit lets shoppers make more informed shopping decisions by providing relevant product information with simple scan of a barcode. While empowering consumers to make more informed and sociable shopping decisions, Scandit provides brand owners with an unique and targeted communication channel to interact with their consumers. The social features of Scandit help making shopping a more social, relevant and rewarding experience.

Gründer.....Samuel Mueller  
Geschäftsausrichtung..... Social Impact  
Tätigkeitsfeld ..... IT, Community  
Website ..... [www.scandit.com](http://www.scandit.com)



---

## Scriba

---

Scriba bietet administrative Unterstützung und Treuhanddienste für Senioren zu Hause. Dank schlanker Strukturen und effizienter Arbeitsprozesse erbringt Scriba diese Dienstleistungen zu erschwinglichen Preisen. Ein Teil des Gewinns wird wiederum als Quersubvention für Senioren in prekären finanziellen und familiären Verhältnissen eingesetzt. Es entsteht somit ein nachhaltiger selbstfinanzierter Mechanismus. Sozialdemographische Trends werden die Nachfrage an Hilfeleistungen im Alter innerhalb von 15 Jahren beinahe verdoppeln. Schon jetzt gibt es einen Mangel an Angeboten und Engpässen bei der Rekrutierung von Freiwilligen.

Gründer.....Fabrice Volken  
Geschäftsausrichtung..... Hybrid  
Tätigkeitsfeld ..... Soziales  
Website ..... [www.scribasuisse.ch](http://www.scribasuisse.ch)



33

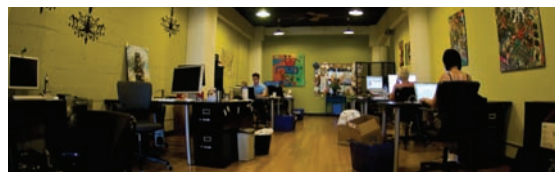
---

## SECOS

---

Das Ziel von SECOS ist es, einen Social Entrepreneurial Gemeinschaftsarbeitsplatz (coworking space) aufzubauen. In diesem arbeiten erwerbslose und andere beschäftigungslose Menschen auf ehrenamtlicher Basis in Projekten, deren Mehrwert gesellschaftlicher und nicht finanzieller Natur ist. Darin liegt die soziale Innovation, da dadurch unternehmerisches Wissen in gemeinnützige Projekte fließt.

Gründer.....Charly Pache  
Geschäftsausrichtung..... N-Profit  
Tätigkeitsfeld ..... Soziales, Community  
Website ..... N/A





---

## Small is Beautiful

---

Small is Beautiful is an empowerment platform for women in West Kenya. It is striving to improve the lives of the communities through building capacity for the women's small businesses to enable them to support their families and the community. Women are the back bone of the communities and the majority of them belong to small groups, which come together and help each other. Small is Beautiful will work with these groups, strengthen them and build their business capacity. The project will provide workshops and training and create a platform for knowledge sharing and learning within the community and outsiders.

Gründer ..... Kevin Mbewa Anyango  
Geschäftsausrichtung ..... N-Profit  
Tätigkeitsfeld ..... Soziales, Community  
Website ..... N/A



---

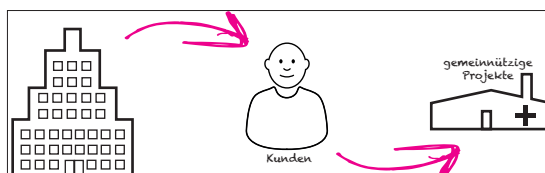
## Socialfunders

---

Auf der Web-Plattform Socialfunders kommen Unternehmen, Privatpersonen und soziale Projekte zusammen, um gemeinsam gesellschaftliche Probleme zu lösen. Socialfunders bietet ein System für die einfache Durchführung und Analyse von Corporate Social Responsibility (CSR) Aktivitäten. Die Grundlage sind CSR-Coins, eine virtuelle Währung mit einem bestimmten Gegenwert in Euro, welche von Unternehmen erworben und an ihre Kunden weitergegeben werden. Die Kunden können ihre Coins an Projekte ihrer Wahl verteilen – somit ist es auch kleinen, lokalen Projekten möglich, Gelder von großen Unternehmen zu erhalten.

34

Gründer ..... Stefan Pandorf  
Geschäftsausrichtung ..... Social Impact  
Tätigkeitsfeld ..... IT, Community  
Website ..... [www.socialfunders.de](http://www.socialfunders.de)



---

## SOVIS

---

Sovis bietet eine ambulante Altersbetreuung durch eingeschränkt arbeitsfähige Menschen. Durch das Angebot von bedürfnisorientierten und marktgerechten Dienstleistungen werden Arbeitsplätze für Menschen geschaffen, welche aufgrund verschiedener Faktoren (fehlende Ausbildung, Migrationshintergrund usw.) im Zugang zum Arbeitsmarkt eingeschränkt sind. Damit soll ein Beitrag zur Milderung von zwei gesellschaftspolitischen Problemen geleistet werden: Einerseits werden eingeschränkt arbeitsmarktfähige Personen dauerhaft integriert; andererseits wird damit eine stets wachsende Lücke in der Altersbetreuung geschlossen.

Gründerin ..... Chantal Lussy  
Geschäftsausrichtung ..... Hybrid  
Tätigkeitsfeld ..... Integration, Soziales  
Website ..... [www.sovis.ch](http://www.sovis.ch)



---

## Spenglerei Winterthur

---

Die Spenglerei Winterthur bietet ein Raumangebot für Veranstaltungen im Bereich Innovation und Nachhaltigkeit und trägt durch Projekte mit partizipativem Charakter zur Stärkung der Zivilgesellschaft und zur Förderung der lokalen Produktion bei. Konkrete Methoden, um der 2000-Watt-Gesellschaft näher zu kommen, sind Unterstützung und Coaching Einzelner, die zu Cultural oder Social Entrepreneurs werden möchten, Stärkung der Kohärenz bei den Teilnehmenden des Projekts, Förderung der Partizipation sowohl in der Wirtschaft wie in der Quartier- und Stadtentwicklung, wie auch Sinnstiftung für Menschen in der dritten Lebensphase.

Gründer.....Manuel Lehmann  
Geschäftsausrichtung.....Hybrid  
Tätigkeitsfeld .....Soziales, Community  
Website .....[www.spenglerei-winterthur.ch](http://www.spenglerei-winterthur.ch)



---

## Spontacts

---

Spontacts ist eine App für die Freizeit. Ob Bungee-Jumping, Theaterbesuch oder Kaffeegespräch – mit wenigen Klicks lassen sich Aktivitäten organisieren und Teilnehmer dafür finden. Spontacts ermöglicht den Zugang zu Menschen in der Nähe, trägt dazu bei, Barrieren abzubauen und inspiriert zu einer aktiven Freizeitgestaltung. Spontacts bringt Menschen nicht nur virtuell, sondern im realen Leben zusammen und somit neues Leben in die Stadt. Die App verfügt über eine Peer2Peer Aktivitätsplanung, Tickets, Deals, Chat, ist kostenlos für iPhone, Android und als Facebook App verfügbar und verzeichnet bereits über 30'000 Downloads.

Gründerin .....Christoph Seitz  
Geschäftsausrichtung.....Social Impact  
Tätigkeitsfeld .....Design, Soziales, Integration  
Website .....N/A



35

---

## Sunce

---

In Bosnien werden die meisten Behinderten abgesondert und leiden unter Vorurteilen – sie haben kein Recht auf Entwicklung und Bildung. Sunce möchte in Bihac ein Zentrum für Kinder und Jugendliche mit speziellen Bedürfnissen aufbauen, welches Erziehung und Bildung sowie für die Jugendlichen einen geschützten Arbeitsplatz in Werkstätten bietet. Ein Zentrum dieser Art gibt es in Bihac nicht – wohl aber 149 Kinder und Jugendliche, die ein solches Angebot dringend brauchen. Sunce bietet Bosnien die Chance andere Möglichkeiten kennenzulernen, mit ihren schwächsten Mitgliedern umzugehen und sie mit neuen Methoden zu fördern.

Gründerin .....M. Toromanovic, S. Martin  
Geschäftsausrichtung.....N-Profit  
Tätigkeitsfeld .....Soziales, Integration  
Website .....[www.sunce-bosnien.ch](http://www.sunce-bosnien.ch)



---

## suschnoëppis.ch

---

„Susch no öppis?“ ist ein kleiner Quartierladen mit frischen Lebensmitteln des täglichen Bedarfs und wird in Form eines Vereins geführt. Die Idee ist ein persönlich geführtes Quartierlädeli mit Produkten aus der Region. Neben frischem Brot, Milchprodukten, Fleisch, Obst, Gemüse und ausgewählten Bioprodukten, gibt es liebevoll Selbstgemachtes wie Kuchen, Konfis, Sirup und vieles mehr. «Susch no öppis?» erfüllt die Sehnsucht nach persönlicher Ansprache und gemeinschaftlichem Engagement, das Gefühl der Zugehörigkeit und die Schärfung des eigenen Blicks auf die Qualität von Lebensmitteln und ihrer Produktionswege.

Gründerin ..... Barbara Mieg  
Geschäftsausrichtung..... Social Impact  
Tätigkeitsfeld ..... Community  
Website ..... [www.suschnoeppis.ch](http://www.suschnoeppis.ch)



---

## The Entrepreneurs'Ship

---

The Entrepreneurs'Ship ist ein Non-Profit Projekt, welches darauf abzielt, das Unternehmertum als Karrierepfad zu promoten. Der Fokus liegt dabei auf Regionen, in denen hohe Arbeitslosigkeit und schwierige Arbeitsmarktbedingungen herrschen, insbesondere in Entwicklungs- und Schwellenländern. Ziel ist es, ambitionierten Menschen dabei zu helfen, ihre unternehmerischen Visionen zu realisieren. Entrepreneurship Experten arbeiten in Projekt- und Region-bezogenen Teams mit den Regierungen, Universitäten und Unternehmen zusammen und bieten Coaching sowie Zugang zu Netzwerken und finanziellen Mitteln für die lokalen Unternehmen.

36

Gründer ..... Peter Vogel  
Geschäftsausrichtung..... N-Profit  
Tätigkeitsfeld ..... Soziales, Community, Bildung  
Website ..... [www.entrepreneursship.org](http://www.entrepreneursship.org)



---

## Transfair

---

Transfair provides fair, transparent opportunities to educated people in Africa and Asia to make a reliable income by developing and selling services to customers in the West. There are several million un- or underemployed graduates in developing countries. The aim of Transfair is to activate their potential and alleviate poverty as well as the problems resulting from illegal immigration caused by a lack of economic opportunities. Transfair is a service that connects capable students from low-income countries with price sensitive clients in Europe. Currently Transfair focuses on translations, transcriptions and research assistance.

Gründer ..... Stephan de la Pena  
Geschäftsausrichtung..... Social Impact  
Tätigkeitsfeld ..... Economic Development  
Website ..... [www.transfair.co](http://www.transfair.co)



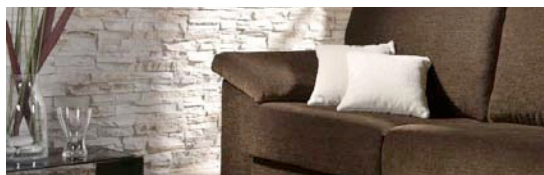
---

## Umoja Collection

---

Umoja bringt modernes Möbeldesign aus Afrika in die Schweiz. Nebst dem Verkauf an Direktkunden und Wiederverkäufer werden ebenso Dienstleistungen im Bereich Sourcing, Produktion und Interior Design angeboten. Sämtliche Produkte sind ökologisch und sozial nachhaltig sowie nach Möglichkeit aus Recyclingmaterialien hergestellt. Umoja bietet Jungdesignern in Schwellenländern eine Präsentations-Plattform und fördert den Kulturaustausch. Umoja strebt im Weiteren die Förderung ökologisch- und sozialgerechter Produkte sowie die Sensibilisierung der Konsumenten an.

Gründerin ..... Chantelle F. S. Jankin  
Geschäftsausrichtung ..... Social Impact  
Tätigkeitsfeld ..... Design, Kunst, Soziales  
Website ..... N/A



---

## Uterus Myomatus

---

Ziel von Uterus-Myomatosus ist es, Rat suchende Frauen neutral und zunehmend evidenzbasiert über Myome und alle Therapie-Formen aufzuklären. Dies wird durch Seminare, Kongresse, Informationsveranstaltungen und Publikationen auf dem Online-Fachportal Uterus-Myomatosus.net angestrebt. Uterus-Myomatosus.net ist das erste fachübergreifend aufgestellte Myom-Portal, welches Gynäkologie und interventionelle Radiologie vereint und alle Therapieformen neutral vermittelt. Durch die Stärkung einer informierten Entscheidungsfindung und durch präventives Handeln kann auch eine Kostenreduktion im Gesundheitswesen bewirkt werden.

Gründerin ..... Juliane Zielonka  
Geschäftsausrichtung ..... Hybrid  
Tätigkeitsfeld ..... Gesundheit  
Website ..... [www.uterus-myomatosus.net](http://www.uterus-myomatosus.net)



37

---

## werk4

---

werk4 verwertet Reststoffe, wie alte Paletten, um daraus Möbel und Wohnaccessoires zu fertigen. Die Fertigung wird von ehemaligen jugendlichen Strafgefangenen durchgeführt, welche somit wieder ins Arbeitsleben und die Gesellschaft integriert werden. Die Jugendlichen entwickeln ihre eigenen Produkte, von der Ideenfindung über die Konzeption und Fertigung. Sie profitieren von der professionellen Begleitung und Infrastruktur von werk4 und können ihre Ideen und Fertigkeiten optimal nutzen. Ziel von werk4 ist es, die soziale, ökologische und ökonomische Dimension im unternehmerischen Handeln gleichermassen zu verwirklichen.

Gründer ..... Jörg Thimme  
Geschäftsausrichtung ..... Hybrid  
Tätigkeitsfeld ..... Integration, Soziales, Umwelt  
Website ..... [www.werk4.org](http://www.werk4.org)





---

# Impressionen

## SEF Professional Program 2011/12

---



38









## Here you are, a social entrepreneur.

Marilyn Mehlmann, Global Action Plan

You feel passionate about bringing improvements to some aspect of the society you live and work in – contributing to sustainable development? Wonderful. The opportunities for new products and services are huge, because the need for change is huge.

And: it is not just about identifying a new product niche, but also about the dynamics: how you do your business.

1. How do you work with your customers? Do you empower them to make the most sustainable use of your products or services?
2. How do you work with your employees? Are they all engaged in the search for more sustainable ways of working, as well as for new products and services?
3. What does your supply chain look like? Are you preserving the 'ecosystem services' and social structures upon which society (and you) depends?
4. And not least: How do you measure success? Can you be sure that your products or services are not creating as many problems as they solve?

The first two questions are about how you work with the people in your networks, and the last two are about the nature of sustainable development. Let us start with sustainable development. One thing we know is that it is NOT concerned with marginal change. If the best we can do is to develop better versions of what we already have, we are already too late to preserve human civilization as we know it.

Take some simple examples: a better bike, a better way to collect clothes and ship them to people who need them, a better way to show people how much electricity they use. But what if society is

already full of bikes that are not used, either from habit or because they are broken? What if exporting used clothes to people in need destroys the local clothes market? What if people know all about their electricity use, and do not care? A social entrepreneur is needed, not to prop up outmoded habits but to challenge and transform them; this concept is sometimes called «strong sustainability».

What about the supply chain? An effective social entrepreneur affects the world positively not only through her/his products or services, but also by enhancing the services on which the business depends. That can mean everything from sustainable energy solutions and raw materials use, to ensuring good conditions for workers in the supply chain, to making sure any surplus capital is put to sustainable use, to... employee welfare.

All of this can also be summarized as [corporate] social responsibility, now enshrined in an international standard: ISO 26001. Social responsibility is hard to enforce by management decree – even in a small organization; but becomes suddenly easier when the workforce is engaged in the hunt for better solutions. This is well described by Dan and Chip Heath in their book *Switch*.

So we arrive at points 1 and 2, which are both about empowerment: the focus of our work in Global Action Plan. We define our task as «empowering people to act increasingly sustainably». So we are in the business of behaviour change.

Some people claim that you can't teach old dogs new tricks'. It does not take much thought to realize that you yourself have learnt several new tricks over the past few years, not to mention decades (unless for instance you were born with a cell-phone?). So we learn new tricks. But how? One way we learn is through advertising. This can work well, at least for a while. The basic principle

is to bring about a more-or-less unconscious change of behaviour. The problem is that most of us change again when a new message reaches us: the behaviour change is short-lived. Another way we learn is through propaganda, for example from governments. One successful example is the use of seat belts in cars, or the banning of smoking in many public places. There are two requisites for such success: punishment for deviation, and wide social acceptance. Both these routes – neither of which is very helpful for a social entrepreneur – build on a linear concept of how change happens – and it always starts with information:



It all seems very logical. But we also know very well that it is a poor model of reality. We inform and inform, for example about the risks of smoking. If the linear model were an accurate picture of reality, there would hardly be a smoker left in the world today.

In practice almost the opposite seems to be true. Each of us is bombarded with gigantic amounts of information every day, maybe hundreds of thousands as much as we can actually absorb. Somehow, each of us decides what to hear and what to activate.

### A circular relation

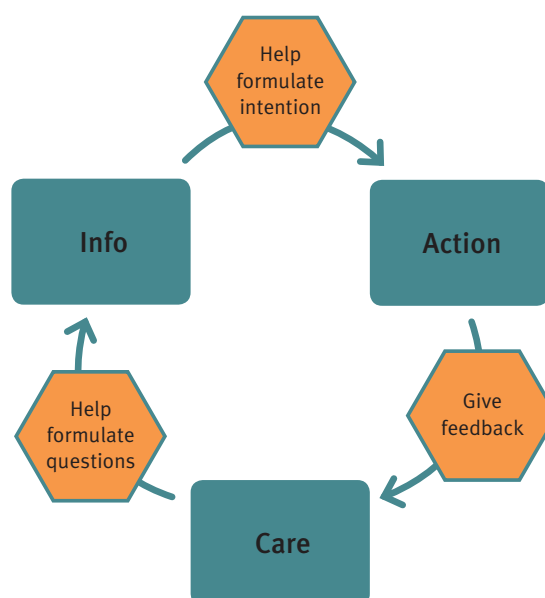
One way to understand what goes on is to view information and action as two elements in a circular or even spiral relationship. The third element is attention, or caring.

It works like this:

- I take in information about things I care about. If you decide to buy an Opel, you see nothing but Opels where you saw none before.
- I care about things I believe I can affect by my own actions.

Conversely, things I believe I cannot influence are things I care little about; therefore I take in little information about them.

There are of course exceptions. I might be passionately interested in cars even though I see no possibility of owning one. Some people do take in information about things they believe they cannot influence – without actually absorbing it. You may know someone who delights in telling you that the world is about to come to an end, or the moral fibre of the country is in total collapse? Still, most of us in most contexts seem to behave in accordance with the circular diagram.



This is good news, because it means that instead of one intervention point – giving information – we now have six. And indeed a behaviour-change program designed on the basis of this model tends to be much more effective than a linear program. Once we learn to leave the finger-wagging model of telling everyone else what they should be doing, we can become effective change-makers.

#### **How can we apply this to working with employees, customers and others?**

Caring is the base. And we show that we care first by setting a good example. If we do not live up to our own principles, how can we expect others to do it? Do it, show it – be proud of it.

The next rule of thumb is to avoid preaching. We need to find out what people care about, and use that to help them formulate questions. Once they have clear questions they will find the information they need – with or without our help. So in fact the ability to listen is more important than smooth talking!

The third major rule of thumb is to provide feedback. Show progress. Show the impact of actions. Celebrate!

Within the international Global Action Plan community we have built a number of programs designed to these principles, including a workplace program called the Employee Engagement Program. We are happy to tell you more about them. We also offer design courses, and workshops to help us learn more effectively from our own experience. For more information please visit: [www.globalactionplan.com](http://www.globalactionplan.com)

#### **About Marilyn Mehlmann**

Marilyn Mehlmann is General Secretary of Global Action Plan (GAP) International, a network of NGOs that teach individuals, businesses and organizations a sustainable lifestyle and sustainable manners of operating. Global Action Plan International aims at empowering people to live and work increasingly sustainably.

Marilyn is awarded the Rachel Carson Prize 2011–2012 for her longterm efforts to involve individuals, companies and NGOs in acting sustainably.

#### **About Global Action Plan (GAP)**

GAP is a network of organizations working for a common goal: empowering people to live and work increasingly sustainably.

Each member organization is an independent entity with full responsibility for designing and delivering appropriate programs, and for its own funding and financial management.

GAP International supports exchange of experience, including workshops and other events and analyses, synthesizes, and acts as a repository for the growing body of knowledge concerning empowerment.

GAP International offers expertise in behaviour change for sustainable development. Services range from online calculators (ecological footprint, carbon footprint) to consultancy regarding policy and strategy tools. A key success factor in behaviour-change programs is the leadership. GAP International offers leadership development opportunities with special focus on sustainable development and empowerment.



# Social Entrepreneur sucht Investor



Bettina Wernli und Beat Probst

## 1. Was sind die ersten Schritte?

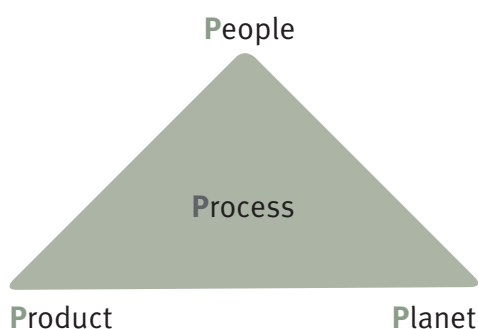
Sie haben eine überzeugende Geschäftsidee, daraus ein solides Geschäftsmodell abgeleitet und einen Business Plan, inklusive Impactmap, Zeit- und Ressourcenplan erstellt. Möglicherweise sind Sie schon operativ aktiv und wissen, wie viel Kapital Sie in welcher Geschäftsaufbauphase und wofür benötigen.

...❖ An wen sollten Sie sich nun wenden, um das benötigte Kapital zu erhalten?  
...❖ Worauf gilt es zu achten, um Erfolg, Wirkung und Qualität Ihrer Unternehmung zu sichern?

Im Folgenden geht es um Investoren (im Gegensatz zu Spendern, Sponsoren, Gönnern etc. mit Spenden, À-fonds-perdu-Beiträgen etc.), die Ihrer Unternehmung Kapital zur Verfügung stellen, um dieses später zurückzuerhalten und für dieses Investitions-Risiko eine Risiko-Prämie zu erhalten, z.B. in Form von Zinsen, Dividenden und/oder Wertzuwachs des eingesetzten Kapitals, respektive der Unternehmung.

Kontext und systematisches Vorgehen:

Es ist immer ratsam, aus gesunder Distanz (Vogelperspektive) und umfassend (Kontext), eine Situation zu beurteilen. Schauen Sie wie eine unabhängige, unparteiisch interessierte Person auf Ihr Unternehmen/Ihre Projekte. Der folgende Ansatz – die «4 P's»- unterstützt Sie dabei:



**People:** Sie und Ihre Stakeholder, z.B. Investoren, Kunden, Mitarbeiter, etc.

**Product:** Ihre Dienstleistungen, Produkte, Wertschöpfungselemente, wirtschaftliche Leistung

**Planet:** Ihre Verantwortung und Wirkung bezüglich Wirtschaft, Gesellschaft und Umwelt

**Process:** die Kernabläufe und -beziehungen bezüglich der obigen 3 P's

## 2. Welcher Investor ist der Richtige für Sie? (Investor-Typus)

Grundsätzlich kann man unterscheiden zwischen dem unternehmerisch motivierten Investor und dem finanziell motivierten Investor, und natürlich Mischungen davon.

Dabei kann es sich um Privatpersonen oder Institutionelle (Pensionskassen, grössere Stiftungen, Firmen) handeln. Neu finden sich auch «double profit» Investoren im Bereich Social Entrepreneurship, Social Business oder Social Impact Business.

Dem unternehmerischen Investor kann man primär ein Interesse (auch «Herzblut») an Ihrer Unternehmung, also der Wertschöpfung (Produkte, Dienstleistungen), und auch an Ihnen als Unternehmer attestieren. Er wird Ihnen in der Regel nebst Kapital auch mit seinem (branchenspezifischen) Know-how, seiner Erfahrung und seinem Netzwerk Unterstützung bieten. Selbstverständlich will er damit Erträge, Profit und Unternehmenswert generieren, in der Regel längerfristig.

Der reine Finanzinvestor ist primär leistungsorientiert, d.h., er wird das rein finanzielle Potenzial, also den Profit, Cash Flow und das geldwerte Wachstumspotenzial des Unternehmens in den Vordergrund stellen. Indirekt, weil finanziell und aus Reputationsgründen relevant, interessiert ihn aber selbstverständlich auch Ihr Geschäftsmodell. Seine Unterstützung wird sich in aller Regel auf das reine «Kapital-zur-Verfügung-stellen» beschränken. Gelegentlich sind einseitig finanziell orientierte Investoren auch eher an einer kurzfristigen, eher hohen Rendite interessiert.



Unter allen Typen von Investoren kann man unter dem Stichwort «Social Investment» vermehrt auch ein Interesse an einem «double profit» beobachten. Nämlich ein finanzieller Profit und gleichzeitig eine verantwortungsvolle Wirkung für Wirtschaft, Gesellschaft und Umwelt. Man spricht in diesem Zusammenhang von Impact Investing und/oder Social & Responsible Investing. Diese machen noch einen kleinen Teil (einstelliger Prozentsatz) der weltweiten Finanzinvestitionen aus, sind aber in raschem Wachstum begriffen. Einige dieser Investoren interessieren sich auch vermehrt für Social Entrepreneurship und damit Private Equity-Investitionen (nicht-börsengehandeltes Kapital).

Der eine Typus Investor ist nicht grundsätzlich besser als der andere, es sind andere Profile. Nahelegend ist, dass bezüglich gemeinsamer Werthaltung der unternehmerische Investor mit Blick für Wirtschaftlichkeit (Rendite, Unternehmenswert) und Nachhaltigkeit (Verantwortung, Social Impact) dem Social Entrepreneur nähersteht als der reine Finanzinvestor.

Zentral ist jedoch, dass Sie für Ihr Unternehmen für die entsprechende Phase (Gründung, Wachstum/Expansion, Konsolidierung, Turnaround, etc.) den passenden Investor sorgfältig (4 P's!) auswählen. Dafür dürfen und sollten Sie auch professionelle Beratung, Begleitung und Unterstützung in Anspruch nehmen. Anlaufstelle hier ist sicherlich auch [www.sef-swiss.ch](http://www.sef-swiss.ch).

### 3. Worauf ist vor der Zusammenarbeit zu achten?

Es gilt, die Zusammenarbeit mit einem Investor sorgfältig zu prüfen, um den gemeinsamen Erfolg und die Qualität zu sichern. Hier eignet sich ein systematisches Vorgehen, anhand des «4 P-Modells». Das könnte folgende Kriterien und Fragen beinhalten (exemplarisch, nicht abschliessend).

**People:** Stimmt die Chemie zwischen mir und dem Investor?

Es muss nicht alles immer harmonisch sein, aber man sollte nicht auf „unterschiedlichen Planeten“ leben. z.B. sollte man weitgehend ähnliche Auffassungen und Verhalten im Umgang mit Menschen (Kunden, Mitarbeitern, Lieferanten etc.) aufweisen.

**Product:** Was erwartet er von mir? Was erwarte ich von ihm? Versteht der Investor mein Geschäftsmodell und/oder meinen Business Plan? Steht er dahinter?

Vor allem in Bezug auf die Produkte, Dienstleistungen, Image, Marktanteil, Geschäftsergebnisse (Bilanz, Erfolgsrechnung, Cash Flow), mittel- und langfristig.

Wie können wir uns ergänzen?

z.B. Netzwerke, Auftragsbeschaffung, Mitarbeitende Logistik (Büro, Werkstatt, Transport) etc.

**Planet:** Welches sind unsere Grundwerte, -sätze und Ziele, betreffend Umwelt und Gesellschaft? Vor allem auch bezüglich der Wertschöpfung (z.B. Ressourceneinsatz, Arbeitsbedingungen, etc.) meines Unternehmens. Welche Chancen und Risiken sehen wir darin?

**Process:** Sind für den Investor die hauptsächlichen Prozesse aufgrund des Geschäftsmodells und des Business Plans ersichtlich und klar? z.B. Risikomanagement, Finanzkontrolle etc. Steht er dahinter?

Sprechen Sie all diese Themen und Dimensionen (ergänzt und adjustiert mit den Eigenheiten Ihres Unternehmens) an, um «Ihren» Investor kennenzulernen und ihm damit Ihre unternehmerische Kompetenz glaubhaft darzulegen!

#### 4. Wo suche ich als Social Entrepreneur den «passenden» Investor?

Grundsätzlich stehen Ihnen folgende «Investoren-Quellen» zur Verfügung:

- Friends & Family (eigenes Netzwerk!)
- Professionelle Organisationen für Start-ups, wie z.B. SEF-Swiss
- Investoren (Vereinigungen) für Start-up Equity/ Business Angels (search google: business angels)
- Staatliche Stellen/Verwaltung, wie z.B. Förderagentur für Innovation KTI ([www.kti.admin.ch](http://www.kti.admin.ch))
- Spezialisierte Beratungsunternehmen und Vermögensverwalter
- Banken

#### 5. Wie «manage» ich meinen Investor (Investor = Stakeholder)?

Unter Ihren Stakeholdern (Ansprechgruppen) ist der Investor ein sehr wichtiger, da die finanzielle Stärke Ihres Unternehmens eng mit ihm verbunden ist. Er stellt Ihnen Ressourcen in Form von Kapital, möglicherweise auch in anderer Form, wie z.B. Beratung, Unterstützung im Verkauf, Werbung, Logistik, Netzwerk etc.

Der Investor hat daher auch berechnete Ansprüche. An erster Stelle sicherlich die sorgfältige und termingerechte Erfüllung der vereinbarten finanziellen Abmachungen (vertragliche Erfüllung, allgemeine Sorgfalt) wie z.B. Zahlung von Zinsen, Dividenden, Kapitalamortisation etc. Darüberhinaus ist er aber auch unter allen anderen Aspekten als vollwertiger Geschäftspartner zu behandeln. Ganz wichtig ist daher die regelmässige, aktive Kontaktpflege – communicate & manage expectations!

#### Informationen und Dialog:

- ⇒ Geschäftsgang; Kunden, Produkte, Märkte, Personal, Business Plan on track? etc. (Business Reporting)
- ⇒ Finanzielle Entwicklung; Bilanz, Erfolgsrechnung, Cash Flow (Financial Reporting)
- ⇒ Informationen über geplante Geschäftsaktivitäten (Milestones)
- ⇒ Finanzieller Ausblick (Financial Forecast)
- ⇒ Hauptsächliche Risiken und Chancen (und Massnahmen dazu)
- ⇒ Information über spezielle Marketingaktivitäten, z.B. Promotions- und Kundenanlässe

**Involvieren Sie Ihre Investoren frühzeitig, auch in Entwicklungs- und Planungsphasen, z.B. bei der Produkt-, Kunden- und Marktentwicklung.**

45

#### Beachten Sie diese drei Elemente bei der Kontaktpflege:

- ⇒ **Inhalt:** Umfang, Verständlichkeit, Vollständigkeit, Ansprechgruppengerecht, etc.
- ⇒ **Form:** schriftlich, persönlich, telefonisch, Social Media, etc.
- ⇒ **Timing/Frequenz:** Zeitpunkt, Regelmässigkeit, Aktualität, Dringlichkeit etc.

Ergreifen Sie bei der Kontaktpflege die Initiative, das ist Chefsache, Sie sind der Unternehmer und damit im Lead! Damit lassen sich unnötige Schwierigkeiten aufgrund von Missverständnissen, Unklarheiten, Intransparenz etc. vermeiden und Erfolg und Zufriedenheit steigern.

Wichtige Fragen zu den nächsten Schritten im Risikomanagement finden Sie in der nächsten SEF-Swiss Broschüre 2012/2.



# Social entrepreneurs: how can they measure the social impact they create

Marlon van Dijk, Social e-evaluator

Impact measurement has developed significantly over the past years. Contemporary trends stimulate the need to look beyond financial profits as the main goal. Developments in the commercial and non-commercial sector require insight in the social impact they create. There is a rise of social organizations working as commercial businesses, but there are also more commercial organizations which integrate Corporate Social Responsibility (CSR) into their business plan. This results in a faded border between non-profit and for profit as almost every organisation holds two objectives: a financial and a social one. Thereby there is a rise in new business and investment models like social enterprises, impact investment and venture philanthropy which require new ways to measure success.

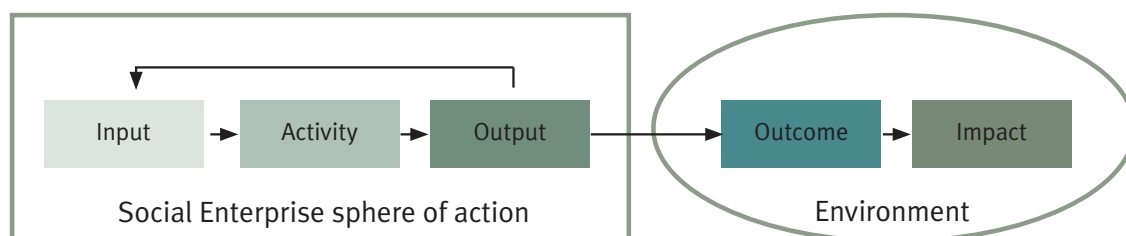
For non-profit organizations it is no longer sufficient to show that they spent money and offered services. Organisations should be able to evidence that they used their scarce funds to maximize effectiveness and have a positive impact on society. Demonstrating the changes made by an organisation ensures the work is as effective as it can be. Being able to describe an organisation in impact terms already is a huge value.

## Social Return on Investment (SROI)

SROI is a framework which makes the social value of investments measurable and visible. Every investment is followed by a return, however not every return requires cash flow. Besides financial return, an investment can create social or non-financial return. Because investing requires future profits or values, investing is related to taking risks. An SROI analysis can help you reduce these risks by measuring what the social impact of your investment would be. Understanding the value of social, economic and environmental outcomes created by a project or organisation makes it possible to manage it, prove it and communicate it.

Social value is difficult to measure as it is mostly subjective. SROI relates the mission and goals of the project to the investment. The impact is mapped per stakeholder. With the help of indicators the social impact is translated into financial proxies. Thus, a SROI analysis shows what the total social impact of a project is in relation to the investment made by its stakeholders.

SROI can help social investors to make an investment choice or selection (decision making), to judge the future value of an investment and is useful within the due diligence process (monitoring).



In order to make non-financial values visible a Social Return on Investment (SROI) analysis can be useful. But what does measuring social impact actually mean? An SROI analysis is detracted from (financial) Return on Investment (ROI) and can thus be compared to making a financial analysis.

SROI can help social entrepreneurs strategic and operational management. It helps forecasting the value you expect to create for each stakeholder and sets KPI's for impact which you can monitor. In the evaluation process it shows where the added value – and for which stakeholder – is lower than



expected and where management intervention could enhance the social impact.

#### **SROI principles**

SROI is based on seven principles. These principles are the core of SROI. Following these principles guarantees quality, consistency and control.

The seven principles are:

1. Involve stakeholders
2. Understand what changes
3. Value the things that matter
4. Only include what is material
5. Do not over-claim
6. Be transparent
7. Verify the result

#### **Why SROI?**

SROI is used by social entrepreneurs but also by social investors in order to:

##### **1. Learn within the organisation (primary):**

- ⇒ Legitimacy: Why and for whom are we here?
- ⇒ Strategic management: Are we doing the right things in the right manner?
- ⇒ Operational management: Do we need to adjust our course of action?
- ⇒ Decision making: How do we take responsible choices?
- ⇒ Benchmarking: How do we perform in comparison to others?

##### **2. Communicate to stakeholders (secondary):**

- ⇒ Accountability: internal/external
- ⇒ Attract new investors and keep the old ones
- ⇒ PR, marketing and communication

SROI will help to make more solid and informed decisions to increase the social value or impact of a project, investment or organisation.

47

#### **Social e-valuator™**

Social e-valuator™ was established in 2008 as a social enterprise by two Dutch social investors and a leading SROI trainer (Peter Scholten MBA). Social e-valuator™ supports organisations throughout the process of analysing and evaluating social impact. Social e-valuator™ offers training, on the job support and user-friendly online software to help its clients to embed social impact measurement in their organisation.

The social e-valuator™ software is based on the SROI principles. Workflow and calculations are automated to help users focus on the process of preparing an SROI analysis and collecting the relevant data from the stakeholders involved.

Send an e-mail to [info@socialevaluator.eu](mailto:info@socialevaluator.eu) for a 30-days trial account.

# Allgemeine Informationen

## Social Entrepreneurship (SE) – Was ist das?

Social Entrepreneurship begegnet gesellschaftlichen Herausforderungen mit einem unternehmerischen Ansatz und strebt sowohl finanziellen Gewinn als auch gesellschaftlichen Mehrwert an. Social Entrepreneurs sind in allen Branchen und Bereichen anzutreffen, im Umwelt-, Bildungs-, Kultur- und Gesundheitswesen ebenso wie in vielen Integrationsfeldern im In- und Ausland. Ein bekanntes Beispiel aus der Finanzwelt sind die Mikrokredite.

48

## SE Geschäftsmodelle – Was umfassen sie?

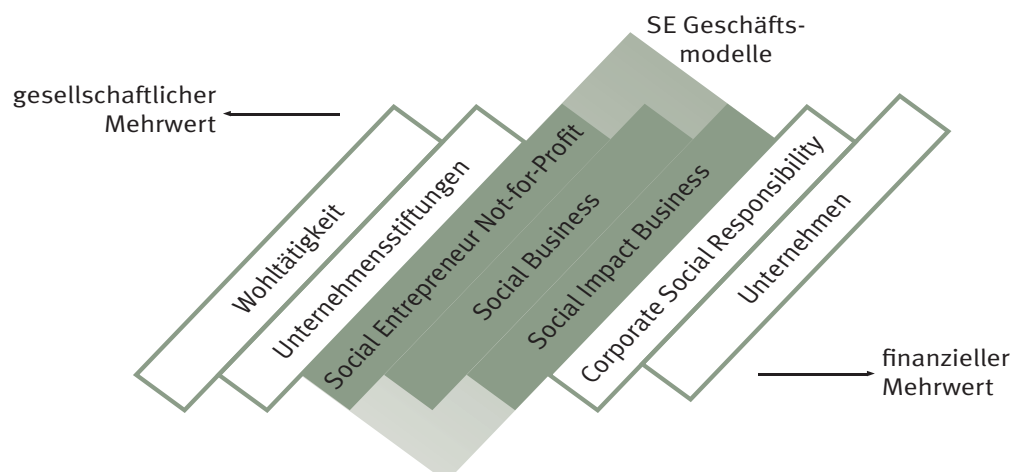
Social Entrepreneurs bewegen sich zwischen den Polen Gewinnmaximierung und Wohltätigkeit und können verschiedene Ausprägungen aufweisen. SEF-Swiss unterscheidet zwischen den Profilen SE Not-for-Profit, Social Business (bis 10% mit Reinvestition) und Social Impact Business und adressiert alle drei Formen.

## SEF-Swiss – Wer ist angesprochen?

Die Angebote von SEF-Swiss richten sich an alle, die mit einer innovativen Geschäftsidee am Anfang des SE-Gründungsprozesses stehen, an ehemalige Studierende der Fachhochschulen und Universitäten, aber auch an «gestandene» Persönlichkeiten. Voraussetzung sind innovative Geschäftsziele, die mit Ressourcen und einer gewissen Risikobereitschaft finanzielle Werte schaffen. Darüber hinaus müssen die InitiantenInnen als Ziel haben, gesellschaftliche und/oder ökologische Werte zu schaffen und deren Wirkungen aufzuzeigen.

## SEF-Swiss – Was will sie?

Die Seed- und Gründungsphase ist für Social Entrepreneurs eine besondere Herausforderung. Zum einen ist der «hybride» Ansatz aus Unternehmertum und gesellschaftlicher Wirkung noch relativ neu und wenig bekannt. Zum anderen stehen die Start-ups in diesem Bereich vor komplexen Herausforderungen wie der sozialen Wirkungsmessung oder gemischten Finanzierungsmodellen. Hier setzt SEF-Swiss an und bietet professionelle Unterstützung.







#### SEF-Swiss – Was wird geboten?

SEF-Swiss bietet das SEF Professional Program (SEF PP) an, welches in 5 Seminaren das spezifische Wissen für SE praxisnah vermittelt und mit einem Mentoring unterstützt. Die Fachjury beurteilt die eingereichten SE-Businessideen unter dem Aspekt der Förderungswürdigkeit und entscheidet über die Zulassung. Die Teams stellen sich in der SEF-Swiss Broschüre vor. Im darauf folgenden Prozessschritt schreibt SEF-Swiss einen offenen SE-Businessplan-Wettbewerb aus.

#### SEF PP – Wie bewirbt man sich?

Interessierte konnten sich bis zum 12. Oktober 2012 im Rahmen einer freien Ausschreibung bewerben. Auf dem Hintergrund von sechs Fragen müssen die Geschäftsidee, deren Chancen und Herausforderungen kurz erklärt werden.

#### SEF PP – Welches sind die Beurteilungskriterien?

Das SEF PP fördert angehende Social Entrepreneurs in einer frühen Phase der Gründung, wodurch die Entwicklung der ausgewählten Ideen beschleunigt wird. Die Erfahrung im letzten Trainingsprogramm hat uns gezeigt, dass sich die Geschäftsideen aufgrund unserer Seminarinhalte oft stark verändern, ja, überraschende neue Richtungen einschlagen können.

Die Jury aus renommierten Fachleuten verschiedener relevanter Bereiche bewertete die eingereichten Ideen anhand von sieben Kriterien:

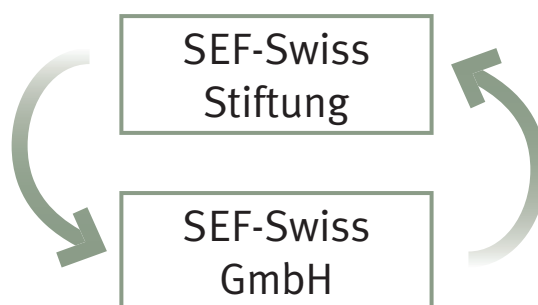
- die Fachkompetenz der GründerInnen
- die neue Idee bzw. die Transformation oder Weiterentwicklung
- der gesellschaftliche Impact
- die Replizierbarkeit
- die Chancen im Marktumfeld
- die Chancen für eine nachhaltige Entwicklung

Als übergeordnete Frage wird abschliessend die Förderungswürdigkeit der Geschäftsidee in ihrer Gesamtheit beurteilt.

# SEF-Swiss – Wer steht dahinter?

«Gefragt sind Lösungsansätze, die zugleich kreativ, effektiv, unternehmerisch und gesellschaftlich innovativ sind. SEF-Swiss ist in diesem Sinn einzigartig und füllt im Entrepreneurship-Bereich eine Lücke, auch gegenüber den Fachhochschulen.» Dr. Pascale Vonmont

SEF-Swiss selbst ist ebenfalls ein Social Entrepreneur. Nicht nur theoretisch sind wir mit dem Thema vertraut, auch die praktischen Herausforderungen kennen wir aus eigener Erfahrung. Als Organisationsform haben wir einen hybriden Ansatz gewählt. SEF-Swiss ist eine Stiftung mit einem Stiftungsrat, welche den Auftrag für die operative Umsetzung der verschiedenen Angebote an die SEF-Swiss GmbH delegiert. Die Finanzflüsse werden im Sinne einer transparenten Governance über die Stiftung abgewickelt.



50

## SEF-Swiss Stiftungsrat



Dr. Barbara Rigassi

geschäftsführende Partnerin bei BHP – Brugger und Partner AG, ist Stiftungsratspräsidentin der Stiftung SEF-Swiss. Schwerpunkte ihrer Tätigkeit sind Strategieentwicklung, -coaching für private und öffentliche Institutionen auf nationaler und internationaler Ebene. Thematische Schwerpunkte sind Standortfragen, Wirtschaftsförderung, Aussenwirtschaft sowie Management und Coaching komplexer Prozesse an der Schnittstelle private Unternehmen – Politik/Verwaltung.



Dr. Pascale Vonmont

stv. Geschäftsleiterin der Gebert Rütli Stiftung, ist Stiftungsrätin von SEF-Swiss. Als Delegierte des Strategierates des Pre-Seed-Fonds «venture kick» unterstützt sie die Stärkung der sogenannten «Wissensunternehmenschaft» an Schweizer Hochschulen. Zudem ist sie Mitglied der Jury des «venture leaders»-Programms der Förderagentur für Innovation des Bundes (KTI). Sie ist Koordinatorin des Forschungsprogramms «Rare Diseases – New Approaches».

---

## SEF-Swiss GmbH Team



**Prof. Mariana Christen Jakob**

Initiantin und Geschäftsführerin von SEF-Swiss GmbH, arbeitet an der Hochschule Luzern als Dozentin und Leiterin von Forschungsprojekten in den Feldern Corporate Social Responsibility mit den Schwerpunkten Corporate Partnership, Social Innovation und Social Impact Measurement. Sie ist Studiengangleiterin des CAS Corporate Social Responsibility und baut ein Netzwerk («Unternehmen mit Verantwortung») in der Zentralschweiz auf. Sie hat an der Universität Zürich Sozialwissenschaften studiert und ein MBA an der Universität St. Gallen (HSG) absolviert.



**Dr. Dominik B. Domnik**

Geschäftsführer von SEF-Swiss GmbH und Dozent an der Social Entrepreneurship Akademie in München, einer Initiative der vier Münchner Hochschulen. Nach seinem Studium der Wirtschaftswissenschaften an der Universität St. Gallen (HSG) und der Promovierung an der Stockholm School of Economics, übernahm er die Geschäftsleitung der Stiftung MyHandicap. An der Universität St. Gallen baute er gleichzeitig als Delegierter des Rektors das Center for Disability and Integration (CDI-HSG) auf.



**Angelika Hitthaler**

Kommunikation und Projektbetreuung bei SEF-Swiss GmbH, freiberufliche Mitarbeit bei Projekten im Gross- und Einzelhandelssektor. Nach einer Grafik-Ausbildung an der Werbedesign Akademie Innsbruck, studierte sie Media- und Kommunikationsberatung an der Fachhochschule St. Pölten sowie an der Hochschule Luzern. Bei der Planung und Durchführung diverser Projekte im Grafik-, Web- und Eventbereich, konnte sie zahlreiche Erfahrungen in der Konzeption und Umsetzung von Kommunikationskonzepten sammeln.



**Johannes Wander**

Organisation, Social Media und Videoproduktion sind die Felder für die sich Johannes Wander bei der SEF-Swiss GmbH verantwortlich zeichnet. Angetrieben von der Verbindung aus gesellschaftlichem Engagement und unternehmerischem Denken, studierte er Politik- und Wirtschaftswissenschaften an der Friedrich-Schiller-Universität Jena. Erste praktische Erfahrungen auf dem Gebiet des Social Entrepreneurship folgten mit der Projektleitung bei der Entwicklung der europäischen Stipendienplattform «Stipendia».

---

# Fachjury

---

Die Fachjury der SEF-Swiss setzt sich aus Fachleuten unterschiedlicher Disziplinen und mit Bezügen zu Hochschulen und Universitäten, Stiftungen, der Wirtschaft und des Start-up Feldes zusammen, welche die SEF-Swiss mit ihren vielseitigen Kompetenzen begleiten und unterstützen.



Prof. Herbert Bürgisser  
Vizedirektor Weiterbildung, Forschung und Entwicklung, Hochschule Luzern Soziale Arbeit



Dr. Silvano Cometta  
KTI-Coach und langjähriger Start-up-Berater, CEO CONSULTit



Alexander Fries  
Gründer Ecosystem Ventures, Berater und Investor von Start-up-Unternehmen



Dr. Marcos Garcia Pedraza  
Managing Partner bei orgart und Coach bei CTI Start-up



Dr. Holger Hoffmann-Riem  
Innovationmanager bei WWF Schweiz



Dr. Monika Krüsi  
Geschäftsführerin MKP Consulting AG und KTI Start-up-Coach



Walter Lüthi  
CEO Betty Bossi und CEO/VR von diversen Unternehmen



Prof. Dr. Timo Meynhardt  
Assistenzprofessor Center for Leadership and Public Value, Universität St. Gallen (HSG)



Prof. Pietro Morandi  
Leiter des Forschungsprojektes «Cultural Entrepreneurship» und Co-Leiter Studiengang MAS Cultural Media Studies an der ZHDK



Roger Müller  
Partner, Leiter Financial Accounting Advisory Services und Climate Change and Sustainability Services, Ernst & Young Schweiz



Dr. Werner Rosenberger  
Unternehmer und Hochschuldozent für MSc Banking & Finance am Institut für Finanzdienstleistungen IFZ in Zug



Dr. Anaïs Sägesser  
Entrepreneurship Manager Climate-KIC Swiss Centre



Rolf Schmidiger  
Strategie- und Portfoliomanager  
Care, Suva



Dr. Beat Sottas  
selbstständiger Berater Bildungs-  
und Gesundheitspolitik, Mitglied  
Leitender Ausschuss und Stiftungsrat  
Careum



Dr. Mathias Terheggen  
Senior Advisor UBS Philanthropy  
& Values Based Investing



Dr. Pascale Vonmont  
stv. Geschäftsleiterin Gebert Rüt  
Stiftung



Prof. Josef Walker  
Leiter Departement Entrepreneurial  
Management an der HTW Hochschule  
Chur und KTI-Coach

### Mentoren-Netzwerk

Social Entrepreneurship öffnet viele Perspektiven zwischen herkömmlichen Disziplinen, Branchen und Sektoren. Die Chance für eine Partizipation an dieser innovativen Entwicklung bietet zum Beispiel das SEF Mentoring-Programm.

Wir sind der Meinung, dass Austausch und Vielseitigkeit einen erheblichen Mehrwert mit sich bringen und legen grossen Wert darauf, uns mit Experten aus unterschiedlichsten Bereichen zu vernetzen und Schnittstellen für gemeinsames Arbeiten zu finden. Dementsprechend steht SEF-Swiss ein Netzwerk von MentorInnen zur Seite, die einerseits SEF-Swiss wie auch die Teilnehmenden des Professional Program durch Coaching und mit ihren spezifischen Fachkenntnissen unterstützen.

Wenn Sie,

- an einem interdisziplinären Wissens- und Erfahrungsaustausch interessiert sind,
- neue, innovative Ideen kennenlernen und unterstützen möchten,
- Freude an neuen Herausforderungen haben,

würden wir uns sehr freuen, Sie in unser SEF-Swiss Mentoren-Netzwerk aufzunehmen.

Für weitere Informationen zum Mentoren-Netzwerk:  
[mentor-werden@sef-swiss.ch](mailto:mentor-werden@sef-swiss.ch)



# Professional Program 2012/2013

Das Professional Program 2012/13 umfasst 5 zweitägige Seminarblöcke sowie ein begleitendes Trainings- und Mentoring-Programm. Es werden spezifische Aspekte einer SE Unternehmensgründung thematisiert und praxisnah erläutert. Der Social Entrepreneur ist mit besonderen Herausforderungen konfrontiert, seien dies die gemischten Finanzierungsmodelle oder die Messung der gesellschaftlichen Wirkung. Wichtig ist der Kontakt mit erfahrenen Social Entrepreneurs, die aus ihrer Praxis erzählen und Chancen und Stolpersteine sehr konkret aufzeigen. Den Abschluss bildet ein Pitch vor Schlüsselpersonen aus der Unternehmenswelt, der Wissenschaft, dem KTI, der Stiftungswelt und dem sozialen Investment.



54

## **Einführung Professional Program**

**2./3. November 2012**

Einführung Social Entrepreneurship  
Theory of Change  
Internationale Entwicklungen  
Social Entrepreneurship in Deutschland  
Teams stellen ihre Businessideen vor  
Social Entrepreneurs erzählen aus der Praxis

## **Modellierung der Geschäftsprozesse**

**16./17. November 2012**

Einführung in das Canvas-Modell  
Schlüsselressourcen und -aktivitäten  
Kern der Businessidee  
Design der Geschäftsprozesse  
Arbeiten an eigenen Geschäftsprozessen  
Social Entrepreneurs erzählen aus der Praxis

## **Marketing & Kommunikation**

**14./15. Dezember 2012**

Marktanalyse und Bedürfnisse der Kundschaft  
Marketingstrategie und Umsetzungsplanung  
Kommunikation mit unterschiedlichen  
Anspruchsgruppen  
Social-Media-Kommunikation  
Arbeiten an eigenen Konzepten  
Social Entrepreneurs erzählen aus der Praxis

## **Social Return on Investment SROI**

**11./12. Januar 2013**

Input, Output und Outcome  
Impact Map  
Blended Value  
Leading Outcome Indicators  
Arbeiten am eigenen SROI  
Social Entrepreneurs erzählen aus der Praxis

## **Finanzierung und Finanzplanung**

**22./23. Februar 2013**

Businessmodell und Finanzierung  
Organisationsformen  
Planung Businessplanentwicklung  
Finanzierungsquellen: Stiftungen, Social  
Investment u.a.  
SEF Pitch vor Fachleuten

### **Weitere Informationen: [www.sef-swiss.ch](http://www.sef-swiss.ch)**

Eingabeschluss: 12. Oktober 2012

Voranmeldung per Email an: [ah@sef-swiss.ch](mailto:ah@sef-swiss.ch)

Immer auf dem Laufenden über News rund um's Thema Social Entrepreneurship auf unserem Blog: [blog.socialentrepreneurship.ch](http://blog.socialentrepreneurship.ch)

---

# Impressum

---

Redaktion und Gestaltung .....  
SEF-Swiss GmbH  
Prof. Mariana Christen Jakob  
Angelika Hitthaler

55

Kontakt.....  
SEF-Swiss GmbH  
Giessereistrasse 5  
8005 Zürich  
+41 44 380 16 55  
[www.sef-swiss.ch](http://www.sef-swiss.ch)

Anmeldung zum Professional Program 2012/13 .....  
[ah@sef-swiss.ch](mailto:ah@sef-swiss.ch)

---

# Unterstützung und Zusammenarbeit


---

Unterstützt wird die SEF-Swiss von der Gebert Rüt Stiftung, der atDta – Stiftung zur Selbsthilfe, der Avina Stiftung, der Förderagentur für Innovation KTI und der Suva als Wirtschaftspartner.

— GEBERT RÜT STIFTUNG —  
WISSENSCHAFT. BEWEGEN

**atDta**  
Stiftung Hilfe zur Selbsthilfe

| AVINA STIFTUNG

 Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra  
Förderagentur für Innovation KTI

**suva**  
Mehr als eine Versicherung

---

Ein fachlicher Austausch findet unter anderem mit dem Institut für Jungunternehmen (IFJ) statt.

  
INSTITUT FÜR JUNGUNTERNEHMEN

---

Klimafreundlich gedruckt bei gruendrucke.de, einer Initiative der Druckkollektiv GmbH Gießen.

**gruendrucke.de**

