

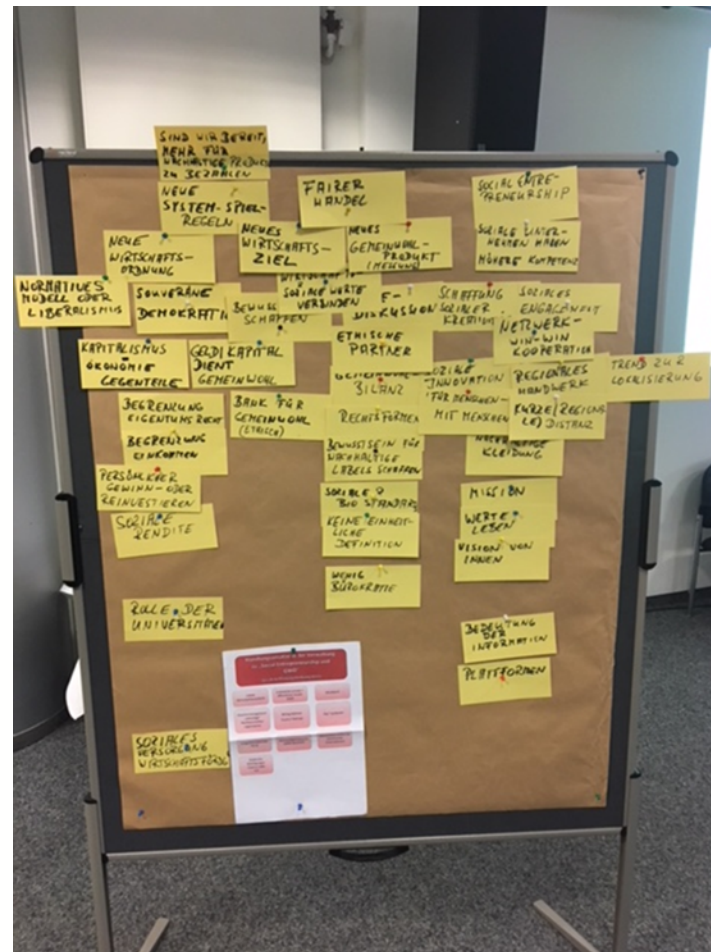
URBAN LAB SOCIAL RESPONSIBILITY & GWÖ



Foto: Thorsten Dirr



URBAN LAB SOCIAL RESPONSIBILITY & GWÖ



ERGEBNISSE URBAN LAB

Rahmenbedingungen

- Entwicklung der Warenströme
- Fairer Handel vs. Lokalisierung
- Neue Wirtschaftsmodelle – Kapital als Mittel und Gemeinwohl als Ziel
- GWÖ als alternatives Wirtschaftsmodell
- „Information ist das neue Geld“
- S.E. als Innovationstreiber der Zukunft
- Persönlicher Bezug zu Produkten nimmt zu

ERGEBNISSE URBAN LAB

Mannheim Spezifika

- Erste Pilotprojekte für Mannheim als "Gemeinwohlgemeinde 2019" beschlossen

ERGEBNISSE URBAN LAB

Hauptziele

- gemeinsame Plattformen für S.E. / bereits vorhandene für S.E. öffnen
- öffentliches Bewusstsein schaffen für soziale Unternehmen
- nachhaltiges Kundenverhalten - Bewusstsein schaffen und Anreizsysteme
- Subventionen und Wirtschaftsförderung - welche Start-ups werden gefördert?
- Fair-Trade oder Lokalisierung
- Kooperation Universitäten (interdisziplinarität) und FHs gemeinsames Institut (GWÖ oder sozial Unternehmen)
- Unterstützung der Studentenorganisationen für deren S.E. Aktivitäten

ERGEBNISSE URBAN LAB

Weitere Empfehlungen/offene Fragen

- Alternative Messung des wirtschaftlichen Erfolgs (Bruttonationalglück)
- Rechtliche Vorteile für Unternehmen mit gutem Gemeinwohl-Bilanzen - Ethische Unternehmen setzen sich auf dem Markt vor unethischen
- Das Sozialunternehmertum steigert die Verbindung zwischen Produkt und Menschen und bewirkt somit eine Änderung des Bewusstseins für Konsum in Richtung Nachhaltigkeit. Deshalb soll es gestärkt werden.
- Die Wirtschaftsziele umdenken und neu definieren - nicht Gewinnmaximierungs-, sondern Gemeinwohlmaximierungsansatz
- Gemeinwohl-Kontos und Gemeinwohlbank aneignen
- Ausbau und Förderung der sozialen Innovationen durch Zusammenbringen von unternehmerischem Denken und sozialen Mehrwert (Non profit oder Reinvestition der Gewinn für soz. Zwecke)
- Kooperation statt Konkurrenz-die Bildung einer solidarischen Lerngemeinschaft wird erleichtert
→ Win-Win-Anordnung der Wirtschaft
- Ethische Partner und soziales Engagement fördern und fordern
- Ökologischer Fußabdruck vs. Fairer Handel
- Trend zur Lokalisierung- Produkte spiegeln lokale Geschichte, Bezug zum Produkt steigt, internationale Güterströme (bzw. Transportwege sinken)
→ Verbesserte Umsetzung ökologischer Ziele (Think global, act local Ansatz)
- Plattformen schaffen, die Anbieter und Konsumenten leichter und effizienter verbinden
- Entwicklung von Anreizsysteme zur Änderung des Konsumentenverhaltens
- Neue Kriterien für Wirtschaftsförderung
- Aufmerksamkeit und Sensibilität bzgl. des Themas in der Öffentlichkeit gewinnen