



# Verantwortung übernehmen

Mithilfe der schwarmintelligenten Methoden von SwarmWorks ist es auf dem Global Social Business Summit 2012 in Wien gelungen, neue Projekte und Aktivitäten anzustoßen. Rund 600 Teilnehmer trafen sich vom 8. – 10. November 2012 im Wiener Austria Center.

**E**in Satz, der das Potenzial besitzt, die Weltwirtschaft nachhaltig zu revolutionieren: „Ein Individuum hat die Macht, die Welt zu verändern.“ Das sagte der Friedensnobelpreisträger und Wirtschaftswissenschaftler Muhammad Yunus aus Bangladesch im

## Pioniere des Social Business diskutieren

Rahmen des Global Social Business Summit 2012 in Wien. Bei der Veranstaltung im Austria Center trafen sich die Pioniere der weltweiten Social Business Bewegung, um ihre Ideen zu diskutieren und sich enger miteinander zu vernetzen. Um in der Kürze der Zeit möglichst viele und zielführende Ergebnisse zu erreichen, zeichnete SwarmWorks für wesentliche Elemente des Summits verantwortlich. Mit bewährten Instrumenten und Methoden verdeutlichte SwarmWorks, dass

es möglich ist, in großen Gruppen effizient zu Ergebnissen zu gelangen, die Einzelnen nicht ohne weiteres zugänglich sind. Auf den Veranstaltungskontext übertragen, stellt diese Erkenntnis die traditionellen Unternehmensstrukturen nachhaltig infrage. Denn: Die zumeist hierarchischen Strukturen heutiger Wirtschaftsunternehmen berücksichtigen eher unzureichend die Potenziale, die in der Nutzung der kollektiven Intelligenz liegen. Im Gegenteil, die übliche Herangehensweise ist, dass Probleme vom Top-

### FEEDBACK

„Es ist die Macht der Verschiedenheit, aus ähnlichen Ideen zu Lösungen innerhalb von Gruppen zu gelangen, die so viel mehr Sinn machen als Lösungen von Einzelnen.“

Alan Webber  
Moderator  
Global Social Business Summit,  
8. – 10. November 2012, Wien



Prominente Teilnehmer beim SwarmCreating: Die spanische Königin Sofia und der Friedensnobelpreisträger Muhammad Yunus arbeiten konzentriert innerhalb einer großen Gruppe.

Management – gegebenenfalls mithilfe von Beratern – analysiert und in der Folge kognitiv gelöst werden. Anschließend wird die daraus folgende Strategie zur



Sichtlich entspannt: die spanische Königin Sofia beim schwarmintelligenten Energizer SwarmGaming.

Umsetzung in das Unternehmen delegiert. Die Folge: Auch tragfähige Ideen verlieren häufig ihre Schlagkraft, weil die Mitarbeiter sie nicht mittragen. Das Pflänzchen des Wandels geht bereits in einem frühen Stadium ein. Die Pipelines

laufen leer. Was bleibt ist „more of the same“. Entwicklungen wie diesen vorzubeugen – ergänzt um eine soziale Komponente – und Unternehmen zu mehr sozialer und gesellschaftlicher Verantwortung zu bringen, war eines der Ziele des Global Social Business Summit 2012. SwarmCreating, eine effiziente

## Lösungen für konkrete Probleme

Plattform von SwarmWorks, ermöglichte den Teilnehmern im Plenum zu tragfähigen Ergebnissen zu gelangen, die in konkreten Projekten und Aktivitäten vor Ort münden. So wurden in einer Gruppen-Session in einer Art Rangliste die dringlichsten Fragestellungen für die Praxis definiert. Nach einer gemeinsamen Bewertung wurden diese im Anschluss von den Teilnehmern unter Berücksichtigung schwarmintelligenter Methoden bearbeitet. In weiteren Sessions wurden Lösungen für konkrete Projekte erarbeitet wie zum Beispiel für die Wiederaufforstung von Wäldern in Haiti oder die Stärkung der Landwirtschaft im Amazonasgebiet des brasilianischen Landesteils Para.

Initiator des Social Business ist Mohammad Yunus, der als Mitbegründer des Mikrofinanz-Gedankens gilt bei dem finanzielle Basisleistungen wie Kredite, Sparbücher oder Versicherungen auch denjenigen Kunden zur Verfügung gestellt werden, die von herkömmlichen Banken aus den verschiedensten Gründen nicht bedient werden. Ziel des Social Business ist es, gesellschaftliche Verantwortung zu initiieren. Mit Erfolg, denn namhafte Unternehmen wie Adidas, Bayer, McCain, Renault, Intel, Danone oder BASF präsentierten sich auf dem Global Social Business Summit und unterstützen die Idee.

Weitere Informationen unter [www.gsbs2012.com](http://www.gsbs2012.com)

### SOCIAL BUSINESS



© gsbs

Social Business bezeichnet ein wirtschaftliches Konzept, das auf den bangladesischen Wirtschaftswissenschaftler und Friedensnobelpreisträger Muhammad Yunus zurückgeht. Ziel ist es, eine neue Art Kapitalismus zu formen, der die dringlichsten Bedürfnisse der Menschen erfüllt. Unternehmen, die sich der Idee verpflichtet fühlen, sollen aktiv dazu beitragen, soziale, gesellschaftliche und ökologische Probleme zu lösen. Wesentlicher Unterschied zu den üblichen unternehmerischen Betätigungen:

1. Zweck eines Social Business ist es, ein oder mehrere Probleme zu lösen, welche Menschen oder die Gesellschaft gefährden.
  2. Investoren erhalten ihr investiertes Kapital zurück, darüber hinaus jedoch keine Rendite.
  3. Etwaige erwirtschaftete Gewinne verbleiben im Unternehmen und werden für dessen Ausweitung oder Verbesserung verwandt.
- Im Unterschied zu sozialen Projekten mit gleichen Zielsetzungen arbeiten Social Businesses wie herkömmliche Unternehmen. Im Gegensatz dazu verbleiben Gewinne jedoch größtenteils im Unternehmen. Dividenden werden fallbegrenzt und dienen der Ausweitung von Dienstleistungen durch das Wachstum des Unternehmens. Grundsätzlich können sich Social Businesses aus drei unterschiedlichen Richtungen entwickeln:

1. Stiftungen und Non-Government Organisationen: In Projekten werden Eigenmittel erwirtschaftet. Anschließend werden die sozialen Aktivitäten auf wirtschaftlich nachhaltige Beine gestellt.
2. Unternehmen beginnen mit Corporate Social Responsibility (CSR-)Projekten und verknüpfen diese mit eigenen Kernkompetenzen und setzen soziale Aspekte im eigenen Unternehmen um.
3. Neugründungen von Social Business, die keine Ausgründungen aus bestehenden Organisationen oder Unternehmen sind. Dafür wird die Bezeichnung Social Entrepreneurship verwendet.

Quelle: Wikipedia