



Social franchising: Ein sinnstiftendes Zukunftsmodell, meint der Österreichische Franchiseverband.

Das soziale Plus

„Social franchising“ ist ein Geschäftsmodell, das hierzulande forciert werden soll, geht es nach dem ÖFV.

••• Von Eva Kaiserseder

WIEN. Social franchising – was sich hinter diesem Begriff verbirgt, ist – noch – den wenigsten bekannt. Aktuell gibt es derzeit keine zehn Social Franchise-Systeme in Österreich. Diese Zahl soll aber künftig kräftig forciert werden, geht es nach dem Österreichischen Franchise Verband (ÖFV). Der Unterschied zum her-

kömmlichen Franchising liegt übrigens hauptsächlich darin, dass Social Entrepreneurship, also Soziales Unternehmertum, Priorität hat.

Luft nach oben

Als Vorreiter im deutschsprachigen Raum gilt „atempo“, „denn hier wird gezeigt, dass mit Social Franchising nicht nur ein sozialer, sondern auch wirtschaft-

licher Erfolg erzielt werden kann. Eine bessere Kombination kann es nicht geben, denn was gibt es Schöneres, als mit einem sinnstiftenden Geschäftsmodell auch noch Geld zu verdienen“, so ÖFV-Generalsekretärin Barbara Rolinek. Sie sieht hier „bei der Anzahl der Systeme in Österreich noch Luft nach oben“.

Die „atempo“-Geschäftsführer Walburga Fröhlich und Klaus

Candussi nutzen mit ihrem Modell durchaus Vorteile des herkömmlichen Franchisings, allerdings geht es bei ihrem Unternehmen mit Sitz in Graz um Folgendes: Gefördert wird die Gleichstellung von Menschen mit Behinderungen und Lernschwächen, und zwar durch Dienstleistungen im Übersetzungs- und Evaluierungsbereich.

Sinnvolle Arbeitsplätze

Das soziale Plus: Durch jede neue Franchise-Partnerschaft entstehen bis zu zehn neue Arbeitsplätze und davon mindestens fünf für Menschen mit Behinderungen. Das Modell wächst sehr solide, mittlerweile hat „atempo“ 27 Partnerorganisationen.

Rund 300 Arbeitsplätze für Menschen mit Behinderungen und Lernschwierigkeiten konnten dadurch schon in Österreich und Deutschland geschaffen werden – für das Unternehmen der beste Beweis, dass sich die beiden Attribute ‚sozial‘ und ‚wirtschaftlich‘ keineswegs ausschließen müssen.

Besonders interessant könnte dieses Geschäftsmodell übrigens u.a. für internationale Kulturprojekte sein, so der 135 Mitglieder zählende ÖFV.

Regionalität als Anliegen

Laszlo Niklos neuer Österreich Chef bei Coca-Cola.

WIEN. Die Coca-Cola GmbH hat seit Kurzem einen neuen Country Manager für Österreich: Der Ungar Laszlo Niklos hat die Position seit Anfang Juni inne und folgt damit Adrian Cernautan nach. Der 42-Jährige Niklos bleibt bis auf weiteres auch in seinem Heimatland in dieser Funktion tätig. Den hiesigen Markt findet Niklos „sehr interessant“, vor allem auf die Weiter-

entwicklung zur „Total Beverage Company“ via Ausbau des Portfolios freut er sich. „Ein besonderes Anliegen ist mir auch die Regionalität“, so Niklos, „Coca-Cola ist seit 1929 in Österreich und das wollen wir stärker ins Bewusstsein bringen.“ Der zweifache Familienvater verfügt über umfassende Erfahrung im Coca-Cola System, seit 2004 ist er im Commercial-Bereich. (kai)



Der Ungar Laszlo Niklos übernimmt bei Coca-Cola Österreich.