



Wirkungsorientierter Geschäftsbericht

nach dem Social Reporting Standard

2020

Inhaltsverzeichnis

A

Überblick **4**

- 1. 20 Jahre atempo 4

B

Leistungen und Wirkungen 2020 **41**

Bildung **43**

- 2. Das gesellschaftliche Problem und der Lösungsansatz 45
- 3. Ressourcen, Leistungen und Wirkungen im Berichtszeitraum 49
- 4. Planung und Ausblick 52
- 5. Organisationsstruktur 52

capito **53**

- 2. Das gesellschaftliche Problem und der Lösungsansatz 55
- 3. Ressourcen, Leistungen und Wirkungen im Berichtszeitraum 61
- 4. Planung und Ausblick 65
- 5. Organisationsstruktur 66

nueva **69**

- 2. Das gesellschaftliche Problem und der Lösungsansatz 71
- 3. Ressourcen, Leistungen und Wirkungen im Berichtszeitraum 76
- 4. Planung und Ausblick 78
- 5. Organisationsstruktur 79

ava **81**

- 2. Das gesellschaftliche Problem und der Lösungsansatz 83
- 3. Ressourcen, Leistungen und Wirkungen im Berichtszeitraum 90
- 4. Planung und Ausblick 93
- 5. Organisationsstruktur

C

Organisation **95**

- 6. Organisationsstruktur 97
- 7. Organisationsprofil 100
- 8. Finanzen und Rechnungslegung 104



Diesen Wirkungsbericht gibt es auch
in leicht verständlicher Sprache.

Scannen Sie dafür diesen QR Code
oder gehen Sie auf die Website

<https://www.atempo.at/ueber-uns/geschaeftsbericht-atempo/>

Einleitung

In unserem Unternehmen arbeiten viele verschiedene Menschen. Manche haben ein hohes Tempo, manche sind sehr langsam. Manche haben Lernschwierigkeiten, manche sitzen im Rollstuhl. Manche laufen Marathon und manche lieben Opern. Manche sind in Bosnien geboren, andere in Schweden, viele in Österreich. Alle sind verschieden. Und genau diese Verschiedenartigkeit bringt uns weiter. Sie fordert uns und sie inspiriert uns. Sie macht uns klüger und mutiger. Wir lernen Althergebrachtes zu verändern und entwickeln Innovationskraft für die Lösung schwieriger Probleme. Mit jedem neuen Tag leben wir gemeinsam ein Stückchen mehr von unserer Vision.

Wir schreiben diesen Bericht für alle Menschen und Organisationen, die mit uns zusammenarbeiten, uns Aufträge geben, unsere Arbeit fördern und denen wir uns verpflichtet fühlen. Wir danken allen Menschen, die uns bisher ihr Vertrauen geschenkt, uns begleitet und in schwierigen Zeiten unterstützt haben. Wir wollen Ihnen mit diesem Bericht zeigen, dass Ihr Engagement und Ihre Kooperation mit uns Wirkung zeigt.

Wir haben atempo im Jahr 2000 gegründet. Wir sind jetzt also 20 Jahre alt. Deshalb finden Sie in diesem Bericht einen Sonderteil: Darin erzählen wir von unserer Entwicklung, unseren Krisen und Erfolgen aus diesen 20 Jahren. Wir danken den Autor*innen in diesem Sonderteil sehr herzlich für ihre Beiträge.

Die Vision von atempo ist eine Gesellschaft, in der alle Menschen gleichgestellt miteinander leben, lernen und arbeiten können und dieses Zusammenleben genießen. Diese Vision leitet unsere vier Geschäftsbereiche:

Bildung www.atempo.at
capito www.capito.eu
nueva www.nueva-network.eu
ava www.ava.services

In diesem Bericht werden alle vier Bereiche vorgestellt. Wir haben den Bericht nach den Regeln des Social Reporting Standard (SRS) geschrieben. Wir berichten über unseren Ressourcen-Verbrauch, unsere Leistungen und unsere Wirkung im Jahr 2020. Sie können die Wirkungsberichte auch auf unseren Websites downloaden oder mit unserer capito App lesen. Dort finden Sie unseren Bericht auch in leichter verständlicher Sprache.

Für den Bericht verantwortlich sind
Walburga Fröhlich und Klaus Candussi.



Graz, Juli 2021

*Wir wollen in diesem Bericht Frauen, Männer und Menschen mit diversem Geschlecht gleichberechtigt ansprechen. Wir verwenden dafür den Stern * und schreiben zum Beispiel „Leser*innen“.*



A

20 Jahre
atempo

B

Bildung

B

capito

B

nueva

B

ava

C

Organisation

Übrigens:

Das Wort „atempo“ kommt aus der Musik
und bedeutet: Zurück zum Ausgangstempo.

Wer nicht möchte, dass ein Orchester mit der Zeit
immer schneller wird, baut diesen Hinweis ein.
Dann besinnt sich das Orchester wieder auf das
ursprüngliche Tempo des komponierten Stücks.

atempo bedeutet für uns:
Jeder Mensch in seinem eigenen Tempo.





ATEMPO - ZEIT FÜR

A

20 Jahre
atempo

Was hat es gebracht?

Wir bemühen uns, unsere eigene Wirkung kritisch zu analysieren, zu messen und zu berichten. Aber: Wirkung erzielt kein Mensch und keine Organisation allein.

Unsere Wirkung ist immer ein Ergebnis aus CoCreation zwischen uns als Anbietenden und jenen, die unser Angebot nutzen und jenen, die es finanzieren oder fördern. Wir können möglichst wirksame Hebel für Veränderung suchen, möglichst gute Qualität erreichen wollen. Aber Wirkung selbst entsteht erst dann, wenn diejenigen, für die wir uns engagieren, sich persönlich für eine Veränderung entscheiden.

Wirkung ist also immer auch das Verdienst unserer Nutzer*innen und unserer Partner*innen, Förder*innen und Auftraggeber*innen.

**Wir danken allen,
die mit uns Wirkung erreichen wollen
und uns bei unserer Arbeit
unterstützen.**



Persönliche Entscheidungen mit großer Wirkung

Ein Beispiel für Wirkung im Bereich atempo Bildung

Vor 15 Jahren hat Frau Bettina Platzer entschieden, nicht mehr in einer intensiv betreuten Tagesstruktur zu bleiben, sondern sich auf den Weg für ihre ‚Teilhabe an Beschäftigung‘ zu machen. Mit ihrer Entscheidung hat sie unserem Land bisher mehr als € 100.000 erspart. Soviel weniger kostet die Betreuungsleistung, die sie seit ihrem Schritt in die Arbeitswelt braucht. Sie hält Vorträge in Schulen, bringt ihre Peer-Expertise in UX-Projekte ein, verdient ihr eigenes Geld und ist geschätzte Mitarbeiterin.

In den letzten 20 Jahren haben 65 % aller Teilnehmer*innen von atempo Bildung ihren Schritt in die Arbeitswelt geschafft.

Das Beispiel von Bettina Platzer zeigt:

Der Einstieg in die Arbeitswelt bewirkt eine Ersparnis von € 7.000 pro Jahr, selbst wenn weiterhin Unterstützung notwendig ist. Bisher hat atempo 273 Menschen mit Behinderungen auf den Arbeitsmarkt vermittelt oder im atempo Franchise-Netzwerk selbst neue Arbeitsplätze für sie geschaffen.



Inklusion, die durch den Magen geht

Vor unserem Umzug von der Innenstadt ins Grüne machten wir uns Sorgen: Würde diese Lage uns zu einem Ort machen, um den alle Menschen einen Bogen machen? Damit das nicht passiert, eröffneten wir ein Restaurant: **das LOrenz**.

Heute werden hier Hochzeiten, Geburtstage und Taufen gefeiert. Täglich frisch gekochte Menüs erfreuen die Menschen aus der Nachbarschaft und wir selbst genießen den Lorenz-Garten als erweitertes Besprechungszimmer oder beim „Bier nach vier“. Hier haben Menschen mit Lernschwierigkeiten Arbeit gefunden oder bereiten sich auf einen Berufseinstieg in die Gastronomie vor. Es ist ein inklusiver Ort geworden, für dessen Gästebewertung wir uns nicht schämen müssen. Schauen Sie mal auf Seite 31.



Verstehen ist der Schlüssel zur Welt

Ein Beispiel für unsere Wirkung im Bereich capito

8,5 Mio Menschen haben im Jahr 2020 leicht verständliche Informationen aus dem capito Netzwerk gelesen und verstanden.

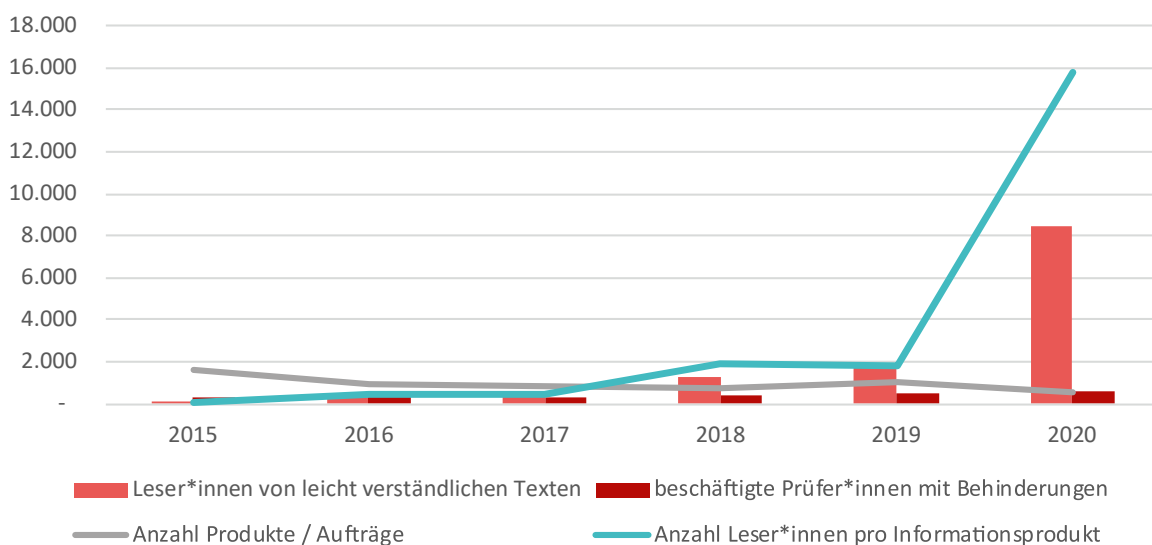
569 Menschen mit Behinderungen haben diese Informationen auf Verständlichkeit geprüft und mit dieser Arbeit eigenes Geld verdient. Die Zahl der beschäftigten Prüfer*innen hat sich seit 2015 fast verdoppelt.



2020 hatten wir weniger Aufträge als 2015. Aber unsere Auftragsvolumen werden größer und erreichen deutlich mehr Menschen.

Heute erreichen wir pro Auftrag 187-mal mehr Leser*innen als 2015. Warum das so ist, und was wir mit Künstlicher Intelligenz erreichen wollen, das erfahren Sie im Berichtsteil von capito.

Lesen und Verstehen - Prüfen und Geld Verdienen. Entwicklung von 2015 bis 2020.





Von Schützlingen zu Expert*innen

Mit nueva verändern Menschen mit Behinderungen ihre Rollen. Sie werden zu Expert*innen für die Qualität von Dienstleistungen. Sie sind Vorbild für ihre Peer-Group und sie bereichern die Qualitätsdiskussion mit ihrer Perspektive der Nutzer*innen mit Fachkompetenz.

56 ausgebildete Evaluator*innen mit Behinderungen arbeiten derzeit im nueva Netzwerk. Manche von ihnen sind schon seit 15 Jahren bei nueva angestellt.

Gemeinsam sind sie **414** Arbeitsjahre in Deutschland und Österreich aktiv.

Jedes Jahr werden **6.000** Menschen mit Lernschwierigkeiten in nueva-Interviews

zur Qualität ihrer Dienstleistungen befragt und bringen ihre Bedürfnisse und Vorschläge in nueva-Qualitätszirkeln ein.

Seit 2010 besuchten, befragten und informierten die nueva Evaluator*innen insgesamt **40.930** Menschen mit Lernschwierigkeiten und Behinderungen zur Qualität der von ihnen genutzten sozialen Dienstleistungen.

Jede*r einzelne nueva Evaluator*in ermöglicht jedes Jahr 320 Menschen mit Lernschwierigkeiten, die Angebote der Dienstleister für Menschen mit Behinderungen aus Nutzer*innensicht zu bewerten und ihre Nutzer*innenperspektive in die Qualitätsentwicklung einzubringen.



Digital kann sozial – Plattform-Ökonomie für Menschen

Persönliche Assistenzleistungen sind die flexibelste und individuellste Form, Menschen mit Behinderungen in ihrem Leben zu unterstützen, ganz gleich, ob in der Ausbildung, bei der Arbeit, in der Freizeit, beim Wohnen oder bei Behördenwegen.

Mit „ava“ wollen wir erreichen, dass alle Menschen geeignete Assistent*innen finden: so selbstbestimmt und flexibel wie möglich. Der Organisations- und Kontrollaufwand soll dabei einfach und transparent und damit gut zu bewältigen sein.

ava ist jung, digital und agil. Viele Menschen und Organisationen entwickeln mit, bringen ihre Wünsche und Ideen ein oder verwerfen wieder, was sich nicht bewährt. Lesen Sie im Berichtsteil, wie ava entstand und was mittlerweile in CoCreation mit unseren Anspruchsgruppen schon entstanden ist.

Unsere Investitionssumme in die Entwicklung der Plattform ava betrug bis Ende 2020 € 0,75 Mio.

Der Großteil dieser Summe wurde von den Gesellschafter*innen mit Eigenkapitalzuschüssen aufgebracht. Unterstützt wurden wir durch Forschungs- und Entwicklungsförderung der AWS, FFG und des österreichischen Sozialministeriums.

Wie finanzieren wir uns?

„Sehr interessant ist das, was Sie machen“, hören wir oft. Dann folgt die Frage: „Und wie finanziert ihr das?“

46 % unserer Erlöse der letzten 20 Jahre erwirtschaften wir in Leistungsverträgen für die öffentliche Hand. Das sind vor allem das Sozialministeriumsservice und das Land Steiermark für atempo Bildung.

36 % unserer Erlöse erwirtschaften wir mit unseren Produkten und Dienstleistungen am Markt. Das sind vor allem Leistungen von capito, von nueva, von Bildung digital und vom Restaurant „das Lorenz“.

9 % unserer Einnahmen sind Forschungs- und Entwicklungsförderungen. Unsere Fördergeberinnen und Fördergeber sind die EU (Horizon), die österreichische Forschungsförderungsgesellschaft (FFG), die Steirische Wirtschaftsförderung (SFG), die Austria Wirtschaftsservice GmbH (AWS) und zu Beginn unserer Geschichte das Sozialministerium.

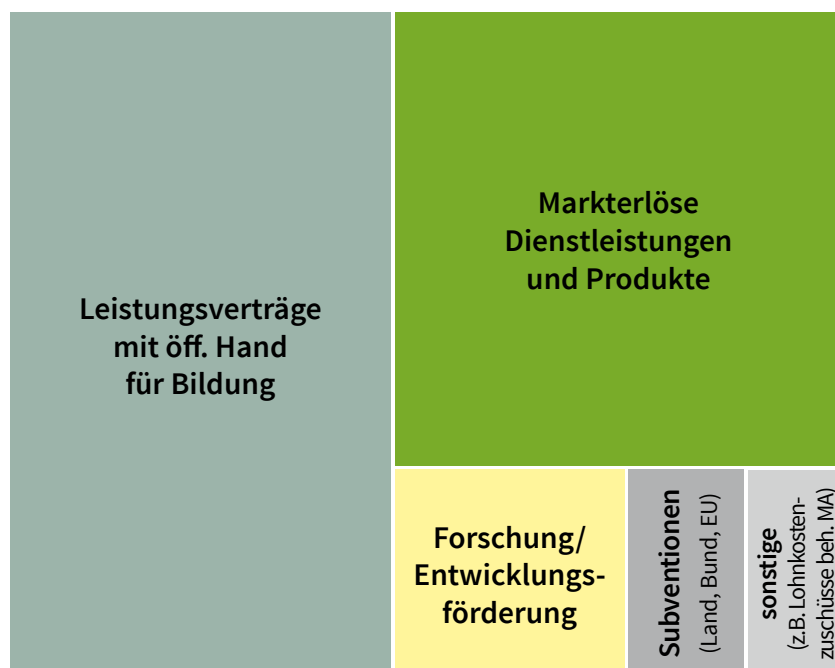
5 % aller Einnahmen von 2001 bis 2020 waren Subventionen vom österreichischen Sozialministerium, vom Land Steiermark und von der EU (Erasmus+).

4 % der Einnahmen sind Lohnkostenzuschüsse für Mitarbeitende mit Behinderungen. Eingerechnet sind hier auch die Sonder-Zuschüsse aus dem NPO-Fonds zur Corona-Hilfe 2020.

„Unsere Produkte und Dienstleistungen sind deshalb so gut, weil Menschen mit Lernschwierigkeiten als Expert*innen daran mitarbeiten. Das wollen wir beweisen, indem wir es schaffen, sie am freien Markt zu verkaufen.“

(aus unserem Leitbild, 2004)

In den letzten 20 Jahren haben wir € 18 Mio am freien Markt erwirtschaftet, die Tendenz ist steigend.



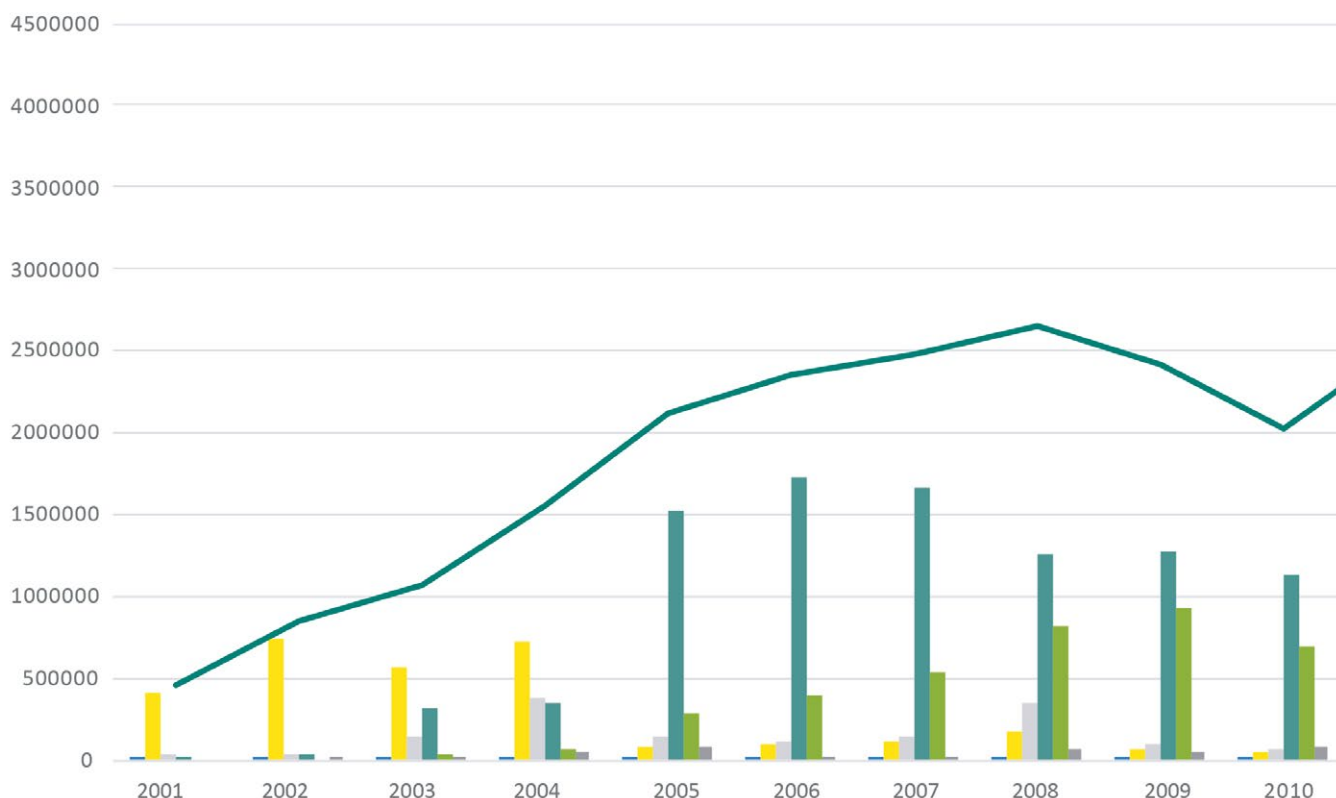
Die Übersicht umfasst die Zahlen aller Organisationen mit atempo-Bereichen. Das sind der gemeinnützige Verein atempo, die gemeinnützige atempo GmbH, die gemeinnützige nueva GmbH (2009 – 2014) und das Social Enterprise CFS GmbH. Wir nennen sie gemeinsam die „atempo Gruppe“. Insgesamt haben wir in den letzten 20 Jahren knapp € 50 Mio Erlöst.

Entwicklungen, Krisen und Chancen

Die Erlöse-Kurve der letzten 20 Jahre spiegelt die Phasen unserer Geschichte eindrücklich wider. Die Digitalisierungsstrategie zeigt auch auf der Erlöse-Seite ihre Wirkung.

Nach den Entwicklungsjahren, in denen wir mehr als die Hälfte aller Fördergelder unserer Geschichte erhalten hatten, fassen wir Fuß im System. Verträge mit öffentlichen Auftraggebern und erste Markterlöse markieren ab 2005 den Übergang vom Pilotprojekt zur professionellen Organisation. Doch diese Positionierung als marktwirtschaftlich orientiertes Sozialunternehmen wird von einigen Behörden und politisch Verantwortlichen nicht

gerne gesehen und führt uns schnurstracks in die Krise. Gewonnene Ausschreibungen werden ohne Auftragsvergabe gecancelt, bestehende Verträge nach Wechsel politischer Referenten gekündigt, und ein großes Sparpaket hat massive Auswirkungen auf uns. Das Auftragsvolumen der öffentlichen Hand sinkt um 42 % und hat bis heute nicht mehr das Niveau von 2006 erreicht.



Wir steuern mit einer offensiven Marktstrategie gegen, bauen unser Social Franchise System aus. Wir skalieren und internationalisieren unsere Geschäftsfelder capito und nueva und schärfen unser Profil im Bildungsbereich mit innovativen Angeboten für Digitalkompetenz.

Finanzieren können wir diesen Schritt nur, weil wir als erstes österreichisches Sozialunternehmen den Münchner Social Impact Fonds BonVenture von unserem Vorhaben überzeugen konnten. Mehrere engagierte Menschen aus unserem Netzwerk helfen uns, die existenzbedrohende Liquiditätskrise zu überbrücken und begleiten uns seitdem als „Family&Friends“- Pool im Gesellschafterkreis. Zusätzlich stellt die Erste Bank mit ihrer Social Banking Initiative ein Darlehen zur Verfügung.

2016 ist der Break-even geschafft, die Rückzahlung der Darlehen in vollem Gang und unser Franchise-Netzwerk in Deutschland, Österreich und der Schweiz stabil aktiv.

Erlöse der atempo Gruppe von 2001 – 2020

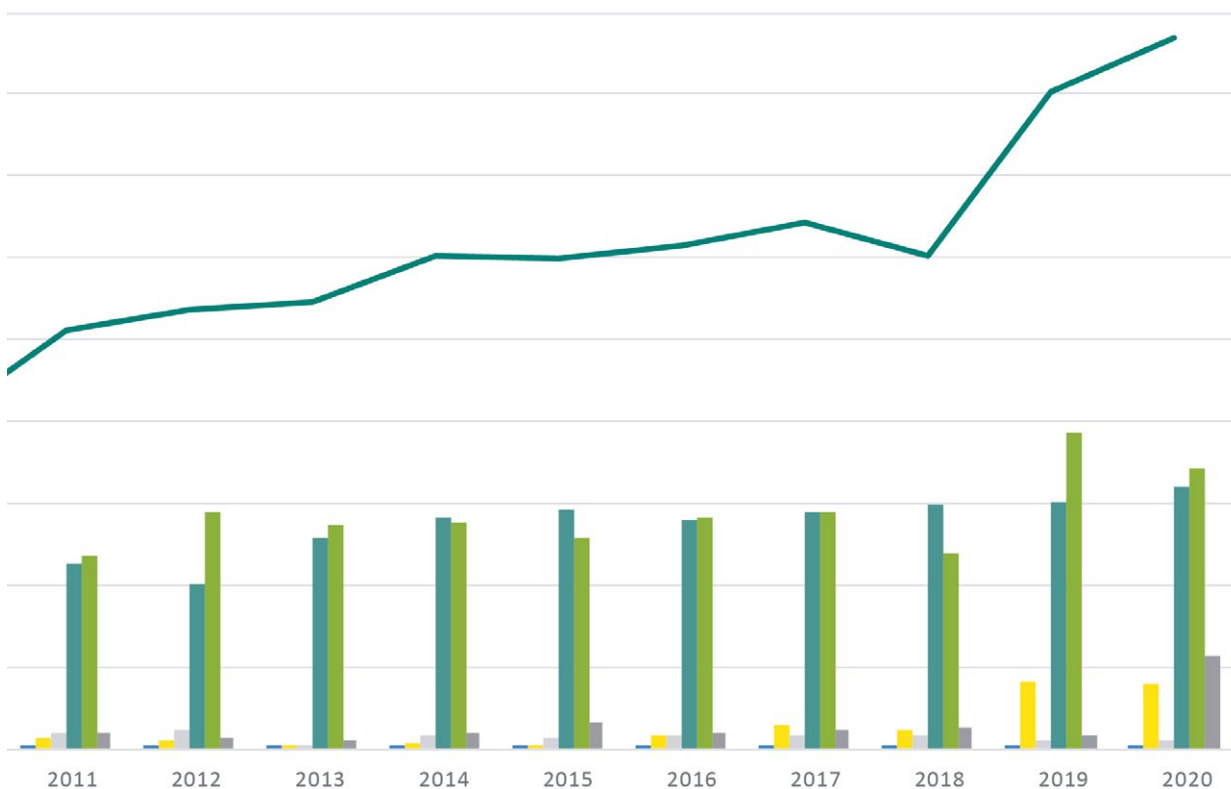
Aber nun sind unsere Produkte und Dienstleistungen schon 15 Jahre alt. Einiges ist gut gelungen. Mit einigem sind wir unzufrieden. Wir stellen die Weichen für die nächsten 15 Jahre und starten eine umfassende Digitalisierungsstrategie.

Kein Stein bleibt auf dem anderen. Jedes Angebot, jedes Produkt, jede Dienstleistung wird analysiert: „Können wir sie mit Digitalisierung besser machen?“ Nicht immer ist die Antwort „ja“, aber dort, wo sie es ist, versuchen wir gemeinsam mit unseren Investor*innen, Nutzer*innen, Kund*innen und Partner*innen, das Potenzial der Digitalisierung für mehr Lebensqualität und soziale Wirkung zu heben.

Versuchen wir zu zeigen: Digital kann sozial!

Legende

- Erlöse gesamt
- Forschung/Entwicklungsförderung
- Subventionen (Land, Bund, EU)
- Leistungsverträge mit öff. Hand für Bildung
- sonstige (z.B. Lohnkostenzuschüsse beh. MA)
- Markterlöse Dienstl. und Produkte



2001 - 2004

Wir fangen einfach an

Die ersten vier Jahre waren von einer Aufbruchstimmung geprägt, nicht nur für uns, sondern im gesamten „Behindertenbereich“. Es war das letzte Mal, dass in Österreich konzentriert mehrere Millionen Euro in Innovationen für Menschen mit Behinderungen flossen. Viele neue Initiativen entstanden, nicht alle gibt es auch heute noch. Es war eine Ära, in der Neues gedacht und probiert werden durfte.

Wir widmeten uns der Veränderung der Rolle von Menschen mit Lernschwierigkeiten: „Vom Schützling zur*zum Expert*in“ und wurden von nicht wenigen für verrückt erklärt.



2000 Italien, Bolsenasee

Die atempo Projekte werden konzipiert: Klaus und Walburga sitzen am See-Ufer und geben den „Kindern“ ihre sonnigen Namen: capito, nueva, daqui, sud ...



2001 Graz, Grazbachgasse

Im Juni starten wir mit 12 blauen iMacs, aber ohne Bürosessel. Gut, dass die iMacs so große, stabile Schachteln haben!



Eine Gesellschaft ohne rote Karten

Wenn eine Person mit Lernschwierigkeiten nicht gut lesen kann, ist ein schwieriger Text eine Barriere, weil die Person nicht selbstständig zu den Informationen in dem Text kommt.

Quelle: (LL-Wörterbuch, Stichwort „Barrieren“, www.monitoringausschuss.at)

atempo hat vor 20 Jahren erkannt, dass es damals für Menschen mit Lernschwierigkeiten kaum ansprechende Angebote in der „Szene“ gab. Als für Förderungen zuständiger Abteilungsleiter in der Sektion IV des Sozialministeriums konnte ich mich mit diesem Zugang anfreunden. Schließlich hatten diese Menschen über die „Beschäftigung“ in Tagesheimstätten hinaus kaum Perspektiven.

Aber welche sollten diese sein? Da ging es vor allem einmal darum, wie bei anderen Gruppen von Menschen mit Behinderungen

auch, sie aus dem „Eck der Betreuten“ herauszuholen, sie nicht als Objekte von Hilfen, sondern als Subjekte mit konkreten Ansprüchen und Bedürfnissen zu sehen. Bei Menschen mit Lernschwierigkeiten geht es in erster Linie um Kommunikation. Diese muss so gestaltet sein, dass sie auch verstehen, was gesagt und geschrieben wird – eben in „LL“. Diese Abkürzung, die mittlerweile zum Markenzeichen geworden ist, hat atempo an vorderster Front entwickelt, indem auf die Fähigkeiten der Menschen mit Lernschwierigkeiten selbst zurückgegriffen wurde. ➤



2001

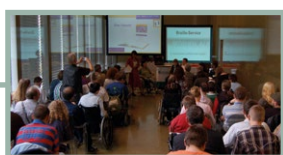
„Jetzt sind sie verrückt geworden“

Viel Wirbel um die Schulungen von Menschen mit Lernschwierigkeiten für Selbstvertretung.



sud

Kompetenz für Selbstvertretung



2001

Wir fangen einfach an

Erste Ausbildungen für Menschen mit Lernschwierigkeiten am Computer und die erste Ausbildung für Menschen mit Lernschwierigkeiten zu Evaluator*innen.

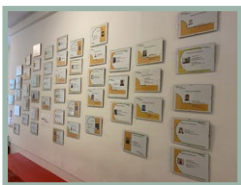


➤ Indem diese sich in Gruppen zusammensetzten und sich mit Entwürfen von Texten auseinandersetzten, wurden sie im Handumdrehen Expert*innen in eigener Sache.

Ich gehe davon aus, dass atempo damals in seiner Pionierphase auch aufgrund einer weiteren strategischen Überlegung auf das richtige Pferd setzte. Das Übereinkommen über die Rechte von Menschen mit Behinderungen der Vereinten Nationen war in Österreich in Kraft getreten, in dem ausdrücklich in den Artikeln 2, 9 und 21 die Notwendigkeit der Kommunikation in – wörtlich – „einfacher“ Sprache Bezug genommen wird. Nur wenn es möglich ist, Informationen aller Art und in welchen Medien auch immer in einfacher Sprache zu empfangen, erhält man gleichbe-

rechtigt Zugang zum öffentlichen Leben und kann seine eigene Meinung äußern.

Für atempo war daher naheliegend, diese Konvention selbst in einfache Sprache im Rahmen eines Projekts zu übersetzen, das vom Sozialministerium gefördert wurde. Die Ergebnisse dieses Projekts wurden bei einer Abschlussveranstaltung 2007 in Graz präsentiert. Auch ich war eingeladen, ein kleines Referat zu halten. Ich hatte als Thema „Empowerment“ gewählt, denn für mich war dieses Projekt ein Stück Empowerment als „Befähigung“, „Bekräftigung“ und „Ermächtigung“ für Menschen mit Lernschwierigkeiten im Sinne einer Erweiterung der Möglichkeiten zur gesellschaftlichen Teilhabe und zu einem selbstbestimmten Leben. ➤



2003 Selbstbestimmtes Leben mit Job

Die erste Teilnehmerin bekommt einen Job beim Landesmuseum Joanneum. 273 Vermittlungen werden bis heute folgen.

 **sudmobil**
Zugang zu Europa



2003 „Wir können alles lernen ...“

Andrew Lee, Chairman von „People first“. 24 Menschen in den neuen Ausbildungsteams in Wien und der Steiermark treten den Beweis an. Sie beenden erfolgreich ihre Ausbildung.



2004 Anpfiff für Mobilitäts-Projekte in Europa

Praktika im Ausland gab es für Menschen mit Behinderung nicht. Das atempo Pilotprojekt „sudmobil“ verändert das. Gemeinsam mit dem ÖAD wurden Rahmenbedingungen für niederschwellige Zugänge geschaffen. Seitdem gehören Auslandspraktika zum festen Ausbildungs-Bestandteil bei atempo.

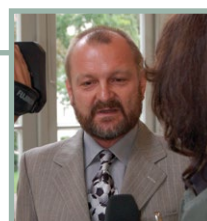
Die damit einhergehende neue Kultur im kommunikativen Miteinander bekam ich auch persönlich bei dieser Veranstaltung zu spüren. Frau Fröhlich machte mich vor Beginn darauf aufmerksam, dass alle Anwesenden eine rote Karte bei sich haben. Wenn jemand meint, etwas nicht zu verstehen, wird er/sie diese in die Höhe halten und ich müsste mit meiner Erklärung einen zweiten Anlauf nehmen. Das war ein äußerst wichtiger Hinweis. So konzentriert wie damals habe ich schon lange nicht gesprochen und ich war zum Schluss stolz, dass die Karten „unten“ blieben!

Seither ist mir bewusst, dass es rote Karten nicht nur im Fußball gibt! Diese Erfahrung hat mich in meiner Meinung bestärkt, dass es mit „LL“ nicht nur darum geht, eine Gruppe von Menschen mit Behinderungen, nämlich jene mit Lernschwierigkeiten, in unsere Gesellschaft „hereinzuholen“; das braucht es nicht, denn sie sind mitten unter uns. Damit meine ich nicht nur jene, die in einer „Werkstätte“ sind. Es gibt genug andere, die mit der deutschen Sprache Probleme haben. Es geht um viel mehr, es geht um eine Sprache, die verständlich ist und daher nicht mehr übersetzt werden muss. Umso weniger rote Karten gezückt werden, umso inklusiver wird unsere Gesellschaft.

Autor

Mag. Hans Döller

Abteilungsleiter Sektion IV,
Sozialministerium
(in Pension)



2004

Erstes Gesetz in Leicht Lesen

Das Steiermärkische Behindertengesetz ist das erste Gesetz, das auch in eine leicht verständliche Version übertragen wird. Dafür recherchieren Menschen mit Lernschwierigkeiten zusammen mit Beamt*innen des Landes. Manche Paragraphen sind auch diesen völlig unklar.



2005 - 2008

Es wird ernst

Nach den munteren Entwicklungsjahren ging es jetzt darum, in die Realität des „echten Lebens“ umzusteigen. Menschen mit Lernschwierigkeiten, die bei uns in den Schulungen waren, mussten den Sprung ins Arbeitsleben wagen. Wir mussten als äußerst diverses Team aus vielen unterschiedlichen Menschen mit und ohne Lernschwierigkeiten arbeitsfähig werden und gleichzeitig unsere Angebote und Leistungen in nachhaltigere Finanzierungsformen überführen. Kein leichtes Unterfangen in einem Umfeld, das für Social Business noch nicht offen war. „Ihr macht Geschäfte mit unseren Behinderten!“ lautete der Vorwurf. Das hätte uns warnen sollen für das, was danach kam.

2005 Professionalisierung der Organisation

Wir gründen die atempo GmbH und die CFS GmbH. Der Verein bleibt Besitzer der Marken und Hüter der Mission.



2005 Marke capito

Anmeldung der Marke capito, Verzicht auf Basisförderung durch öffentliche Hand, dafür uneingeschränkte Eigentumsrechte bei atempo.



2005 Wein in Berlin

Walburga Fröhlich und Klaus Candussi sind nach Berlin eingeladen worden, um dort nueva für einen Transfer nach Berlin zu präsentieren. Freundliches Interesse.

Danach gehen die beiden in eine Berliner Vinothek und wollen einen Wein kaufen. Der Wein soll erst getrunken werden, wenn der erste Franchisepartner unterschreibt.

„Nehmen sie einen, der lang hält, die Berliner brauchen immer ewig,“ rät ihnen der Vinothekar. Der Wein musste 6 Jahre halten.

„Weil es sich lohnt“

Bettina Platzer absolvierte eine 4-jährige Ausbildung zur Selbstvertreterin und ist seitdem fest angestellt. Davor wurde sie in einer Tageseinrichtung für schwer behinderte Menschen betreut. In einem Zoom-Gespräch erzählt Bettina Platzer von ihrer ersten Zeit bei atempo.

atempo: Kannst du uns bitte erzählen, wie deine Lebenssituation war, bevor du bei atempo angefangen hast? Wie sah dein Tag aus, was hast du so gemacht?

Früher war ich in einer Werkstätte für Menschen mit Behinderung. Die Betreuer*innen dort haben mich seit meiner Kindheit gekannt, seit ich 8 Jahre alt war, weil ich dort auch in der Schule war. Mit 21 Jahren bin ich in die Werkstätte gekommen. Dort habe ich gewebt und Handarbeiten gemacht. Am Anfang hat es mir dort gefallen, aber mein Alltag war sehr langweilig. Ich bin wie ein Kind behandelt worden, wurde für meine Arbeit nicht bezahlt.

Ich bekam nur ein Taschengeld von 60 Euro im Monat.

Wie hast du von atempo erfahren?

Ich habe Burgi und Klaus bei einem Workshop kennengelernt. Da habe ich gefragt: „Was ist das eigentlich, atempo?“ Dann haben sie gesagt: „Schau es dir doch mal an!“ Und das habe ich getan. Da habe ich gewusst: Ich will etwas Neues ausprobieren. Ich will etwas arbeiten, was mir Spaß macht. Ich will eine Arbeit haben, die mir jeden Tag gefällt. Sodass ich am Abend müde und zufrieden bin.



2007

100 Auskenner*innen

Das österreichische Gleichstellungsgesetz gibt es nun auch in Leicht Lesen. Und wir haben 100 Menschen mit Lernschwierigkeiten in Österreich als Multiplikator*innen für dieses Gesetz schulen dürfen. Viele von ihnen sind heute noch in der Selbstvertretung aktiv.

Was haben deine Eltern dazu gesagt?

Ich sehe in Gedanken noch meine Mama vor mir: „Nein“, hat sie gesagt, „bleib in der Werkstatt, du brauchst doch Betreuung! Dort musst du alles alleine machen, das kannst du nicht.“ Ich habe gesagt: „Ich möchte es einen Monat probieren!“

Was war am Anfang besonders ungewohnt für dich bei atempo?

Das Siezen. In der Werkstätte haben alle „du“ gesagt.

Wie war dann der Start bei atempo für dich?

Das war sehr schwer. Ich habe zuerst geweint und wollte aufhören, weil ich noch keine Betreuung beim Arbeiten und bei den Mahlzeiten hatte. Das Essen kam nicht in den Bauch, sondern auf die Hose. Da habe ich gesagt: „Ich brauche Assistenz, beim Arbeiten, Essen, beim aufs Klo gehen.“ Als die dann kam, war alles viel leichter. Insgesamt war die Ausbildung zur Selbstvertreterin sehr anstrengend, alles war neu für mich. Und niemand aus meinem früheren Leben ist hinter mir gestanden, nicht einmal meine Eltern. Heute weiß ich, dass sich die Anstrengung gelohnt hat.

Heute bist du bei atempo als Selbstvertreterin angestellt.

Heute ist atempo für mich eine Firma, wo ich gerne bin, wo ich mich wohl fühle und frei bewegen und beschäftigen kann. Die Leute nehmen mich als Selbstvertreterin ernst.

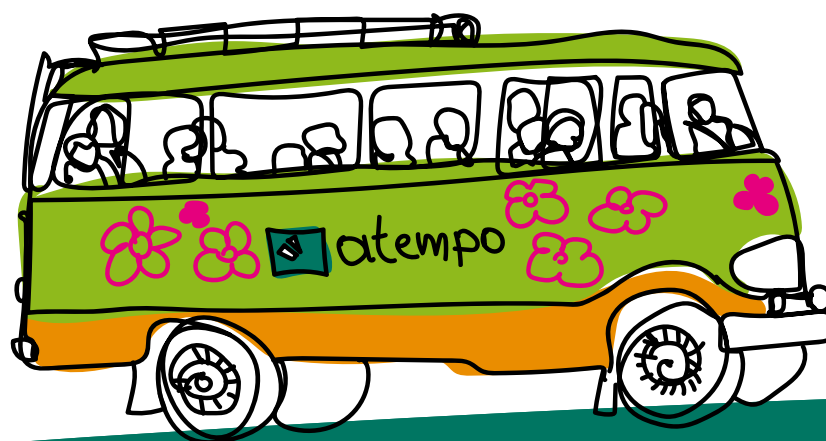
Was machst du genau?

Als Selbstvertreterin setze ich mich für die Rechte von Menschen mit Behinderung ein. Ich erarbeite Vorträge zur Sensibilisierung und halte sie auch.

Im Moment wegen Corona leider nicht. Deshalb wollen wir die Vorträge filmen und online stellen. Aber ich hoffe, ich kann irgendwann wieder in die Schulen und Vorträge halten. Die Workshops und Vorträge machen mir wirklich Spaß. Jetzt arbeite ich gerade meinen Assistenzplan für meine zukünftige Arbeitsassistentin aus.

Was gefällt dir an deiner Arbeit?

Mir gefällt, dass ich immer meine Meinung sagen kann. Das ist sehr, sehr wichtig.



Wenn du heute zurückschaust: War deine Entscheidung richtig oder falsch?

Meine Entscheidung war richtig! Ich bin keine Nummer mehr und werde nicht mehr behandelt wie ein Kind. Sondern wie eine erwachsene Person.

Machst du manchmal noch Handarbeiten?

Nein! Früher, als ich in der Werkstatt war, da habe ich jeden Morgen „Oje“ gedacht, da wollte ich oft gar nicht aufstehen. Heute stehe ich – fast immer – gerne auf. Häufig freue ich mich auf meine Kolleg*innen.

Und wie stehen deine Eltern zu deiner Arbeit?

Die Eltern sind jetzt auch froh. Sie sehen, dass ich erwachsen bin.

Was würdest du anderen Menschen mit Behinderungen raten?

Ich kann niemandem etwas raten. Jeder Mensch muss selbst seinen Weg gehen. Aber vielleicht kann ich ermutigen, das auch wirklich zu tun. Ich würde ihnen sagen: Probiert es aus, auch wenn viele Steine im Weg sind. Weil es sich lohnt.

Apropos: Wirst du jetzt für deine Arbeit bezahlt?

Ja, bei atempo bekomme ich Lohn, deutlich mehr als ein Taschengeld. 19 Stunden pro Woche arbeite ich insgesamt. Im Moment bin ich davon zwei Stunden im Homeoffice.

Interview

Bettina Platzer, Mitarbeiterin im Büro für Selbstvertretung bei atempo, im Interview mit Eva Bucht und Priska Unsinn.



2008 Barrierefreie Gemeinden

20 Bürgermeister*innen bekennen ihre Bereitschaft zur Barrierefreiheit. Später kommen 80 Gemeinden und 130 Tourismusbetriebe in der Steiermark dazu. So viele gibt es in keinem anderen Bundesland Österreichs.

nueva

2008 Ick bin een Berliner

Die nueva Evaluator*innen aus Graz und Wien kennen Berlin bald wie ihre eigene Hosentasche. Innerhalb von ein paar Wochen haben sie 400 Wohn- und Arbeitsplätze von 5 Berliner Dienstleistern evaluiert – und überzeugt. Aber bis zum Berliner Franchise-Betrieb dauert es noch etwas.

2008

Wir verlieren die Ausschreibung für nueva in Wien. Wir sind zwar Nummer 1, aber Wien cancelt die Ausschreibung und beschließt, keinen Auftrag zu vergeben. Der Anfang vom Ende von nueva in Wien.

2009 - 2012

Mit Schwung in die Krise

Jetzt geht es Schlag auf Schlag: Ausschreibungen, die wir schon gewonnen haben, wurden verworfen; wir können den atempo Standort in Wien nicht mehr halten. In Kärnten durften 16 Menschen mit Lernschwierigkeiten nach abgeschlossener nueva Ausbildung ihren Job nicht antreten, weil in der Politik neue Menschen am Ruder sind. In der Steiermark wurden die Kostensätze für Leistungen in der Behindertenhilfe um bis zu 40 % gekürzt. Gleichzeitig kürzte der Bund die Mittel für Kursmaßnahmen für behinderte Menschen. Anstatt unser Schulungsangebot auszubauen, wie es unser Plan war, standen wir am Ende dieser Periode am Abgrund. Der Abgrund war tief und breit, eine Umkehr in frühere Zeiten nicht möglich.

◀ 2009

Alles wieder zurück

In Kärnten verändern sich die politischen Verhältnisse. Man will nicht weiterführen, was die Vorgängerin begonnen hat. Die gerade erst fertig ausgebildeten nueva Evaluator*innen müssen wieder zurück in ihre Werkstätten für behinderte Menschen. „Kein Kärntner Euro über die Pack“, ist die neue Devise, ein Beitritt in das nueva Netzwerk kommt nicht in Frage.



2009

Filiale in Wien geschlossen

Wir müssen unsere Filiale in Wien schließen. Nach dem Ende von nueva hat auch die atempo Bildung in Wien keine Zukunft mehr. Aber wir können die letzten Arbeitsplätze sichern. Jugend am Werk Wien übernimmt Belegschaft samt Projekten und Bildungsteilnehmenden.



2010

„Schloss mit Eigenjagd“

Einzug in die Heinrichstraße 145 - gefühlt von mitten in der Stadt aufs Land - mit Nachbar*innen, Park, Haus und gemischten Gefühlen. Wir fragen uns: Werden wir jetzt eine Institution? Reinald Purmann vom Paritätischen Wohlfahrtsverband Berlin sieht das anders: „Det is ja ein Schloss mit Eigenjagd!“

Eine persönliche SWOT-Blitzanalyse

Wie kommt man als Sozialunternehmen in eine existenzielle Krise, und wie kommt man vor allem wieder heraus?
Eines vorweg: Oft genug gar nicht.

Viele innovative NGOs, die gemeinsam mit uns in der Aufbruchsstimmung der jungen 2000er Jahre entstanden, gibt es nicht mehr. Selbst etablierte Sozialunternehmen sperrten innovative Projekte mangels Finanzierungsmöglichkeiten wieder zu. Unsere Hausbank teilte mit, dass ihr Risk Management NGOs wie die unsrige auf „hoch riskant“ gestellt hätte, zu gefährdend seien die Umweltbedingungen geworden. Die Plätze unserer Städte waren voll mit Menschen, die gegen die Sparmaßnahmen im Behindertenbereich demonstrierten. Nach Jahren der Kritik wurden Teile davon wieder zurückgenommen. Aber da war es für einige längst zu spät.

Das Modell der „Stärken-Schwächen-Chancen-Risiken“-Analyse (SWOT) zur Einschät-

zung der Lage eines Unternehmens gerät in gut gebutterten Zeiten leicht einmal zu einer faden Übung. Betrachten wir jedoch ein Unternehmen in der Krise, kann es so richtig knackig werden und bietet gute Orientierung zur anfangs gestellten Frage. Starten wir also mit einer Blitz-SWOT-Analyse für die Ära 2009 bis 2012 in unserer Unternehmensgeschichte.

Über die allgemein kritische Lage des Umfelds wurde nun schon genug gesagt. Wir hatten zusätzlich ein Legitimationsproblem: Dass wir Social Franchising und Social Business - also „Geschäft“ - mit Menschen mit Behinderungen als beteiligte Akteur*innen machten, war vielen Behörden und NGOs in unserem Umfeld gar nicht geheuer.



2010 Zuhause Leid, im Ausland Freud

nueva bekommt international sehr viel Aufmerksamkeit und wächst weiter. Großer Andrang beim Inclusion Weltkongress.



2011 Großes Sparpaket

Land und Bund reduzieren für bestimmte Leistungen das Leistungsentgelt bzw. reduzieren die Anzahl der genehmigten Ausbildungsplätze. Wir können unser Angebot nicht - wie beantragt - erweitern.



2011 Social Franchising: Start in Deutschland

Unsere ersten deutschen Franchisepartner*innen für capito und nueva starten in Berlin. Wir wandern von Norden nach Süden, es folgen recht schnell Bodensee und Stuttgart, Hamburg, München, ...

► Wir hatten uns mit unserem Entrepreneurship-Ansatz zusätzliche Unsicherheit ins Haus geholt. Und das, ohne schon ausreichend Reserven für einen solchen Transformationsprozess aufgebaut zu haben.

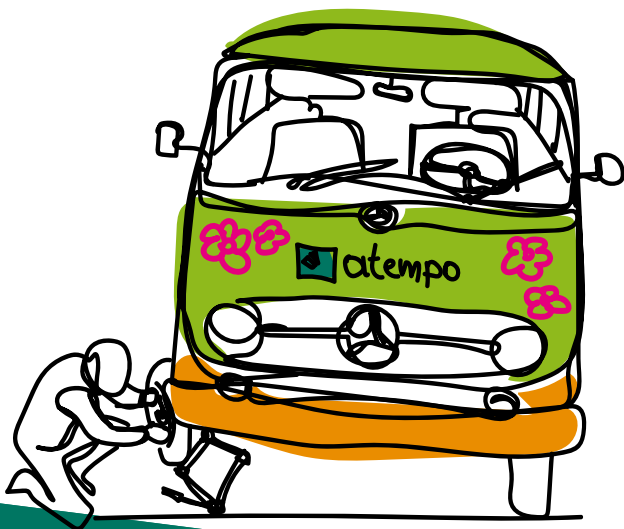
Denn die Transformation von einer Kultur der „fördergetriebenen NGO“ zu einer des „marktorientierten Social Business“ musste ja nicht nur in unserer eigenen Organisation, sondern auch in unserem Umfeld erst stattfinden. Auf dem Weg dorthin waren einige Niederlagen einzustecken, von denen jede einzelne weiter an unseren finanziellen Reserven nagte, bis nichts mehr übrig war. Soweit zu den Risiken aus unserer Umwelt.

Zwei Faktoren auf der Chancen-Seite unseres SWOT-Modells waren wesentlich für unsere Entscheidung, trotz dieser Risiken eine Vorwärtsstrategie zu wagen. Erstens entwickelte sich mit Ashoka und anderen Playern in Österreich ein Öko-System für Social Entrepreneurship, das für uns zu einer Art neuer Heimat wurde. Endlich fühlten wir uns mit unseren Ideen und Zielen nicht mehr so allein und verrückt auf dieser Welt. Zweitens bewahrheitete sich die Theorie der Wichtigkeit des Beziehungskapitals für den Unternehmenserfolg. Denn gleichzeitig

mit der Ablehnung, die uns von der einen Gruppe entgegenschlug, gab es eine Menge Menschen und Organisationen, die sich für unsere Vorhaben interessierten, mit uns vernetzten und bereit waren, atempo zum Teil mit privatem Geld zu unterstützen. Nicht umsonst finden sich sehr viele Portraits aus dieser Zeit in unserem atempo-Kosmos auf Seite 34.

Es wäre billig, eine Unternehmenskrise nur mit einem unfreundlichen Umfeld erklären zu wollen und die eigenen Schwächen unter den Teppich zu kehren. Also holen wir jetzt tief Luft und schauen uns auch dieses Feld unserer SWOT-Analyse an. Wir finden hier zwei Gründungspersonen, die zwar große Social Entrepreneurship-Visionen, aber kaum Know-how dafür haben. Alles, was wir gelernt und an Erfahrungen gesammelt hatten, kam aus dem NGO-Sektor. Professionelles Franchising, professionelles Marketing, professionelle Sales-Aktivitäten und professionelle Marktorientierung sehen anders aus.

Wir waren wie zwei Abenteuerlustige, die mit der silbernen Wandernadel des österreichischen Alpenvereins den Amazonas erkunden wollten. Dazu noch ohne Proviant und kaum passendem Werkzeug, aber mit der Idee, dass wir uns die nötige Nahrung während



2011 Skandal!

Der ORF Steiermark berichtet über nueva - aber wie! Der für den Sozialbereich zuständige Politiker wird verdächtigt, nueva unrechtmäßig beauftragt zu haben. Bündel von Euroscheinen werden symbolisch vor unserer Büroadresse abgelegt. Wir beschwerten uns. „Sorry, nueva ist nur der Kollateralschaden, uns geht es um den Landesrat“, wurde uns beschieden.

der Tour schon rechtzeitig erjagen würden. Über die Rechtzeitigkeit lässt sich streiten, es war wohl in einigen Phasen „zum Sterben zu viel und zum Leben zu wenig“, wie man so schön in Österreich sagt.

All das hielt uns aber nicht davon ab, mit fester Überzeugung zu glauben, dass wir einen neuen Weg durch diesen Regenwald finden und für alle Menschen begehbar machen werden. Einen Weg, den noch keiner gegangen ist, aber den es sich unbedingt zu gehen lohnt. Einen Weg, den schon lange nicht mehr nur wir beide Gründungspersonen einschlugen, sondern da war schon ein fast 100-köpfiger Trupp an Mitarbeitenden mit und ohne Behinderungen mit uns unterwegs. Und dieses Team war gleichzeitig Verpflichtung und unsere große Stärke.

Einige Kolleg*innen unseres ehemaligen Wiener Standortes hatten ihre Arbeit verlo-

ren, alle anderen verteidigten unseren Weg, unsere Vision mit Zähnen und Klauen. Schonungslose Transparenz hieß unser Mittel, mit dem wir versuchten, das Commitment hoch zu halten. Alle im Team, von der Reinigungskraft bis zur Controllerin, wussten Bescheid, wie es um uns steht. Aber niemand rannte davon. Im Gegenteil: Alle rannten dafür, für „atempo“, darum, ihr „atempo“ nicht untergehen zu lassen. Und gaben uns Gründungspersonen im Sommer 2012 am allertiefsten Tiefpunkt den Auftrag: „Ihr müsst noch eine Extra-Runde laufen. Ihr müsst es noch einmal probieren. Wo sollen denn unsere Leute mit Behinderung sonst arbeiten?“ Kein Nachteil, dass wir auch im wörtlichen Sinn Marathon-tauglich waren. Ohne diese Durchhalte-Übung hätten wir es vielleicht nicht über die volle Distanz geschafft.

Von

**Walburga Fröhlich
und Klaus Candussi,**
atempo Founders



2011 Das Lorenz startet

Aller Anfang ist schwer. Gastronomie will gelernt sein, die Prozesse sind komplex, Probleme müssen schnell gelöst werden. Der Einkauf bestellte zu wenig Fisch. In der Not halbierte unser Hilfskoch die Fischportionen - leider aber quer. Die einen bekamen den Kopf samt Kiemen, die anderen den Körper. Wir lernen jeden Tag dazu.



2012 Neuer Wind in den Segeln

Der Social Impact Investment Fonds BonVenture und die ERSTE Social Banking versorgen uns mit dem nötigen Kapital für den professionellen Ausbau unseres Social-Franchisesystems.



2012 Glaube, der Berge versetzt

Eine Handvoll Menschen – Unternehmensberater, Universitätsprofessoren, Marketingchefs, Rechtsanwälte aus unserem Umfeld – halten uns über Wasser, bis unsere erste Kapitalrunde unter Dach und Fach ist. Ihr Glaube half uns, den mächtigen Krisenberg zu überwinden.

2013 - 2016

Resilienz oder die Kunst zu überleben

Wir haben uns entschieden, die Überquerung auf die andere Seite zu wagen. Die andere Seite, das bedeutet vor allem: mehr Social Entrepreneurship, weniger NGO; mehr Leistungen und Produkte am freien Markt für weniger Abhängigkeit von politischen Entscheidungen und deren Auswirkungen auf öffentlich finanzierte Leistungen. Ein schwieriges Unterfangen, wenn alle Reserven aufgebraucht sind. Ohne die beherzte Intervention einiger privater Investoren und den mutigen Einstieg des Impact Investors BonVenture gemeinsam mit der ERSTE Social Banking wäre dieser Weg der Wandlung nicht möglich gewesen. Ob wir ihn auch gegangen wären, wenn wir schon gewusst hätten, wie lange es dauert, wie viele schlaflose Nächte und existenziell bedrohliche Nachbeben der Krise es geben wird? Das kann heute niemand mehr sagen.



2013

Spielend lernen mit iPads

Die atempo Bildung experimentiert mit iPads und Co. Die Geschäftsführung versteht nichts. Aber sie ist zumindest klug genug, die Kollegen (es waren wirklich nur Männer) weiter „spielen“ zu lassen. Der Kompetenzkern für unsere Digitalisierungsoffensive wird hier gesät und gehegt.



2015

Schlüssel zur Welt

Wir geben unser capito Fachbuch „Leicht Lesen. Der Schlüssel zur Welt“ heraus. Und lernen dabei zukünftige Technologiepartner für capito kennen. capito ist im deutschsprachigen Raum eine anerkannte Größe für verständliche Information.

Resilienz oder die Kunst zu überleben

Krisen sind zuallererst einmal Krisen und keine Chancen. Sie bringen Belastungen und verursachen Schäden, im besten Fall kommt man einigermaßen heil und mit gestärktem Selbstbewusstsein heraus.

Das Lernen aus der Krise darf man aber nicht überschätzen, weil Krisen singuläre Ereignisse sind. Die nächste Krise ist wieder ganz anders.

Krisen als Chance zu sehen, erleichtert jedoch die Mobilisierung der Kräfte, um sich am eigenen Schopf aus dem Sumpf zu ziehen. Das zeigte sich 2012, als atempo am Rande der Insolvenz stand. Das atempo-Team wollte das aber einfach nicht akzeptieren. Warum nicht wieder einmal den radikalen Wandel wagen, warum sich nicht vom Gründer*innen-getriebenen zum impactfinanzierten Sozialunternehmen wandeln? atempo hatte flexible Personen und Strukturen, um sich in der Krise neu zu erfinden.

Resilienz passt als Begriff gar nicht so gut, bezeichnet er doch die Fähigkeit eines Sys-

tems, Störungen zu absorbieren und nach der Störung wieder in den Ausgangszustand zurückzukehren. Das hat atempo nicht gemacht, und das dürfen auch unsere Gesellschaft und Wirtschaft nach der Pandemie nicht machen. Aus der Krise lernen hieß bei atempo, den modus operandi sukzessive umzustellen in Richtung eines High-Tech-Unternehmens zur Gleichstellung von Menschen. Das ist mehr als Resilienz.

Um in der Krise nicht sofort zu ertrinken, braucht man Luft. In der Organisationsforschung heißt das „Organisational Slack“: mehr Ressourcen als zum bloßen Überleben und zur Aufrechterhaltung des Betriebes notwendig wären. Denkt man dabei nur an Geld und materielles Vermögen, dann schaut es traurig aus bei NPOs. ➤



2015

Unternehmerische Geister ausgezeichnet

Walburga Fröhlich und Klaus Candussi werden zu Ashoka Fellows ernannt. Ashoka identifiziert in einem aufwändigen Auswahlprozess herausragende Menschen mit unternehmerischem Geist, die mit ihrer Idee ihren Sektor revolutionieren und dabei die dringlichsten Probleme unserer Gesellschaft lösen. Insgesamt gibt es etwa 3.000 Ashoka Fellows auf der ganzen Welt.

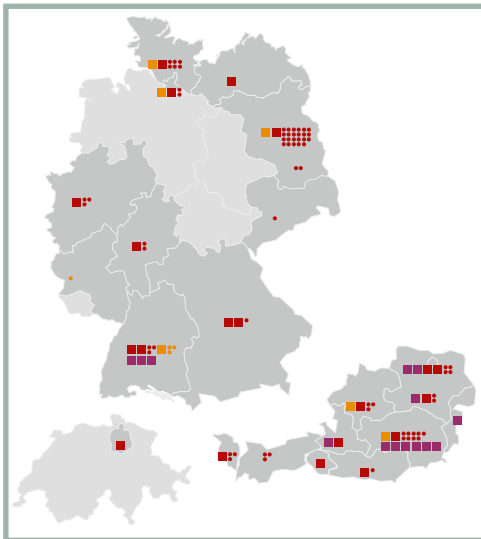
➤ Öffentliche Geldgeber verbieten den Aufbau von Rücklagen, und auch private Spender sehen ihr Geld lieber bei den Zielgruppen wirken als in Reserven. Gute NPOs wie atempo haben ihren Slack anderswo: in einem hochmotivierten Team, im Vertrauen von alten und neuen Partner*innen und im Goodwill der Fachöffentlichkeit, im festen Glauben an die soziale Innovation.

Genau dieses immaterielle Kapital braucht es in der Krise. Unsere Studien zum Umgang von NPOs mit der Flüchtlingskrise haben z.B. gezeigt, dass das Vertrauen in eine charismatische Führung über so manche

materielle und organisatorische Schwäche hinweghilft, und dass es gerade unbedarfte Organisationen sind, die mit ihrem enorm schnellen und flexiblen Vorgehen überraschen. atempo war 2012 noch ein Neuling, wenn es darum ging, Impact-Investitionen hereinzuholen, und noch weit von einem Technologieunternehmen entfernt. In der Zwischenzeit hat atempo weit mehr gezeigt als bloß Resilienz: Lernen aus der Krise, in dem nicht bloß die bisherigen Mittel, sondern auch die bisherigen Ziele in Frage gestellt wurden und die gesamte Organisation neu erfunden wurde.

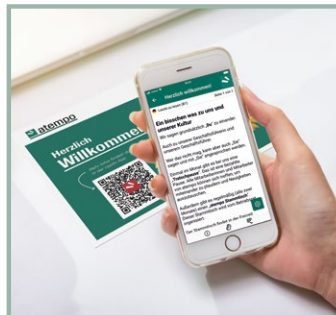
Autor

Michael Mayer
Univ.Prof. und einer der privaten Investoren



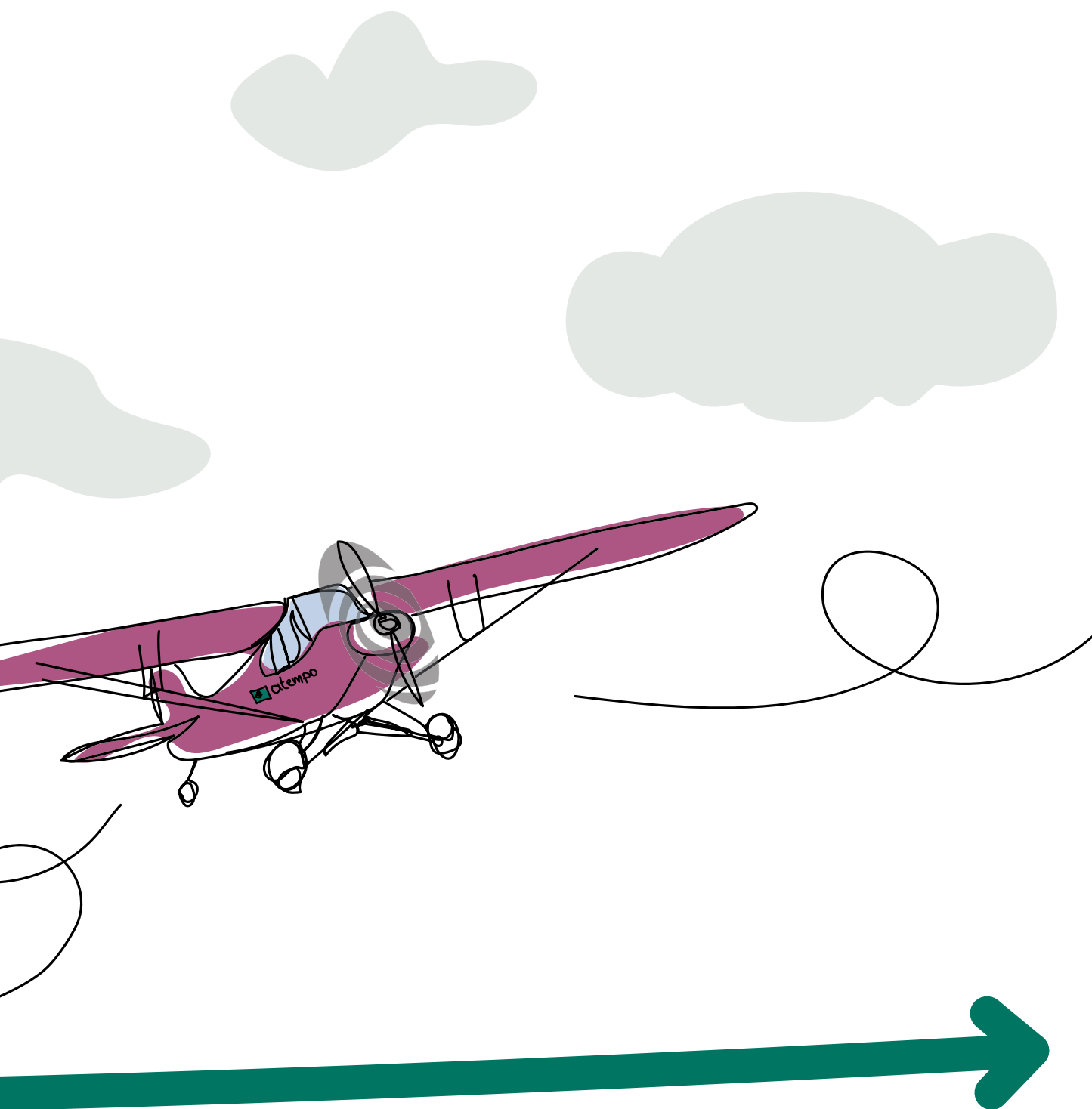
2015 Juhu, wir sind viele!

Unser Social Franchise-Netzwerk ist innerhalb von drei Jahren ordentlich gewachsen. Uns gibt es in Österreich, in Deutschland und in der Schweiz. Gemeinsam sind wir geballte Energie, Innovationskraft und mehr als 500 Kundinnen und Kunden nutzen jedes Jahr unsere Expertise.



2016 Startschuss für die Digitalisierung

Wir haben eine neue Vision: Jeder Mensch kann selbst aussuchen, wie leicht oder schwer ein Text zu lesen sein soll. Nicht die Absender*innen bestimmen die richtige Sprachstufe, sondern die User. Wir erfinden die capito App. Bis sie das Licht der Welt erblickt, dauert es noch.



2017 - 2020

Digital kann sozial

Das neue Umfeld im Öko-System für Social Entrepreneurship, die Aufnahme in das Ashoka-Fellowship-Programm, waren äußerst inspirierend für uns. Wir sehen das große Potenzial der Digitalisierung für mehr Selbstbestimmung, Flexibilität, Individualität in unserem Feld. Vor allem als Voraussetzung für eine Wirkung, die nicht nur für ein paar wenige Menschen oder Regionen erlebbar ist, sondern tatsächlich die Gesellschaft verändert. Wir lernen, wir entwickeln, wir forschen mit der großartigen Unterstützung von österreichischen und europäischen Forschungs- und Entwicklungsförderagenturen. Noch nie waren wir unserer Vision so nahe. Und das Beste: Wir haben ein großartiges Team. Ein Team von Menschen, die schon ganz lange durch alle Krisen mit uns gegangen sind, und von neuen Menschen, die wir von unseren Ideen überzeugen konnten; von Menschen mit und ohne Behinderungen, Frauen, Männern, diversen Menschen. Aber vor allem: ein Team von Menschen, die das gemeinsame Arbeiten, Lernen und Feiern genießen. So könnte es jetzt bleiben.



2018

ava jetzt!



Uns reicht es: Nachdem wieder einmal eine unserer Mitarbeiterinnen mit Behinderung einen wichtigen Auslandstermin nicht wahrnehmen konnte, weil vom Assistenzdienstleister kein Ersatz für die ausgefallene Assistentin gefunden wurde, beschlossen wir, dass es Zeit ist, das Potenzial der Digitalisierung für mehr Flexibilität zu nutzen.



2018

Smartes Kapital frisch eingetroffen

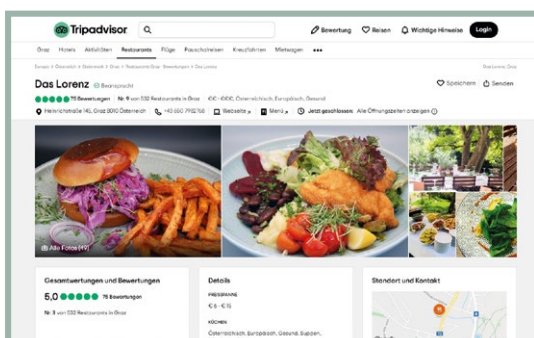
Insgesamt € 1,12 Mio können wir für die Finanzierung unserer technologischen Entwicklung über Impact Investment einsammeln. Eine weitere Million kommt über Forschungs- und Entwicklungsförderungen hinzu. Wieder einmal beginnt eine intensive Lernphase für uns alle.

Inklusive Technologie für den Massenmarkt?

Walburga und Klaus sprachen mich über Ashoka-Kontakte im Frühjahr 2018 an. Sie waren auf der Suche nach einem „Beirat“ mit Technologie-Kompetenz. Sie erzählten mir von den Plänen mit capito. Ich war sofort Feuer und Flamme. Eine Übersetzungsmaschine von schwieriger Sprache auf einfache Sprache: Das hat Potential. Weit über Menschen mit Lernschwierigkeiten hinaus. Menschen, die wenig Zeit haben. Menschen, die etwas überfliegen wollen. Menschen, die eine neue Sprache erlernen wollen. Und so weiter. Und natürlich das Potential für Menschen mit Lernschwierigkeiten. Für diese ist einfache Sprache alternativlos. Auch ava begeisterte mich. Die Plattform zur Vermittlung und Ausbildung von Assistenz. Der Markt kann mit Technologie ganz anders bedient werden. Teilweise erschafft Technologie diesen Markt neu.

In einem Arbeitstreffen mit dem Team berichtete ich über meine Erfahrungen mit Digitalisierung. Sie verläuft meist nach einem einfachen Modell. Dieses hatte ich erstmals im Tourismus kennengelernt. Meine Eltern waren Hoteliers. Und ich baute für unser Hotel die erste Internetseite.

Zuerst ist man begeistert von den digitalen Möglichkeiten. Man macht das Bisherige schneller und günstiger durch das Internet. Das war auch in unserem Fall so. Früher produzierten wir aufwendig Werbebroschüren. Wir verschickten sie per Post. Plötzlich konnten wir die Informationen auf der Internetseite veröffentlichen. Kund*innen mussten nicht auf die Post warten. Sie konnten die Informationen sofort sehen. Änderungen waren sofort und kostengünstig möglich. Davor kostete es immens viel Geld, eine



2020 Ausgezeichnete Küche

das Lorenz gehört laut TripAdvisor zu den besten drei Restaurants mit österreichischer Küche in Graz. Überzeugen Sie sich selbst, wir freuen uns auf Ihren Besuch!

➤ neue Broschüre zu drucken. Dieses Stadium der Digitalisierung war auch der erste Schritt für capito: Übersetzte Texte digital zugänglich machen.

Anfangs standen auf unserer Webseite nur die Telefonnummer und Adresse. Kund*innen konnten uns wie bisher anrufen oder uns schreiben. Bald programmierte ich aber ein Formular. Darüber konnte man auf der Webseite direkt eine Anfrage stellen. Als nächstes veröffentlichten wir freie Zimmer. Diese konnte man direkt buchen. Dies war eine große kulturelle Veränderung. Denn früher wollte man Wettbewerbern im Dorf nicht zeigen, wenn man noch freie Zimmer hatte. Aber durch diese Offenheit konnten Kund*innen direkt buchen. Der Kundennutzen war uns mehr wert als die Angst vor dem Wettbewerb. Denn jetzt hatten Kund*innen ein besseres Erlebnis. Dieser Schritt war bei capito die erste App. Benutzer*innen können den Schwierigkeitsgrad der Information, die sie lesen wollen, selbst einstellen. Nicht mehr die Absendenden bestimmen, wie die Information auszusehen hat, sondern die User.

Der nächste Schritt in meiner Hotelgeschichte war das Zusammenführen aller Buchungsmöglichkeiten auf Buchungsplattformen wie Booking. Dabei ist Abdeckung und Einfachheit wichtig. Die capito App könnte eine solche Plattform werden. Benutzer*innen gehen auf capito, um einfachen Inhalt zu finden. Sie lesen zum Beispiel diejenigen Zeitungen, die auf der capito App zu finden sind. Die Anbieter*innen sind nicht mehr eifersüchtig darauf bedacht, dass Informationen nur auf ihren eigenen Kanälen zu finden sind. Sie stellen den Kundennutzen in den Vordergrund und die einfache, niederschwellige Zugänglichkeit zu ihrem Angebot.

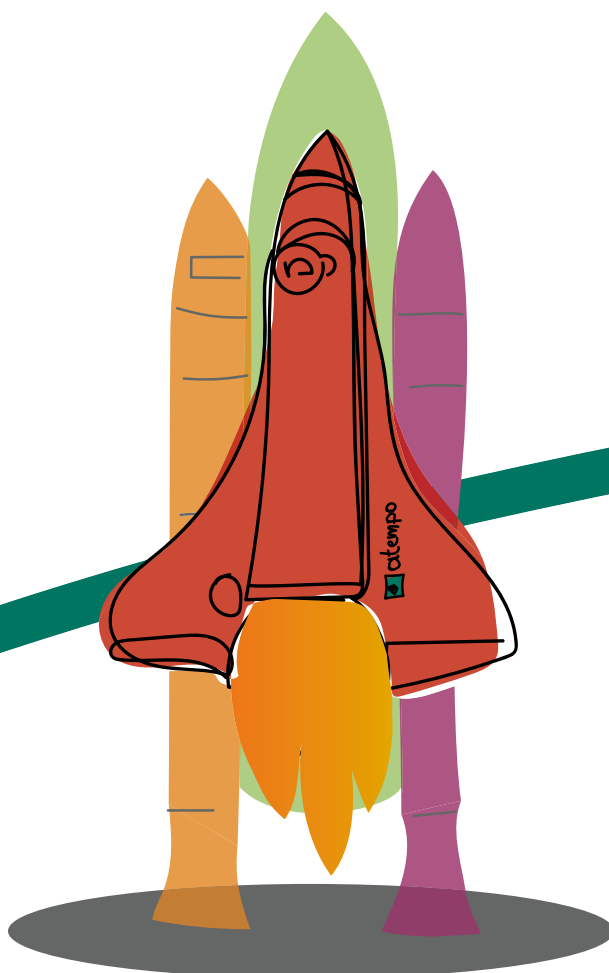
Als letzter Schritt kommt die Selbstermächtigung der Benutzer*innen. Sie werden von passiv Konsumierenden zu aktiv Produzierenden. Ob Beurteilungen wie auf TripAdvisor oder Zimmervermietung wie auf Airbnb. Vielleicht können Benutzer*innen von capito ihre vereinfachten Übersetzungen bald selbst hochladen, selbst die Einfachheit verbessern oder entscheiden, welche Wörter und Phrasen ihnen bekannt und daher „erlaubt“ sein sollen?



2020

Nerds, Nerds, Nerds

Release, Issue, Bug, Backlog, User-Stories, Sprints und Features, ... der Wortschatz in unserem Unternehmen hat sich proportional zum Wachstum unseres Developer-Teams (!) deutlich verändert, die Prozesse auch. Die Kunst ist nun, die Welt der Sozialen mit jener der Digitalen sinnvoll zu verbinden.



A

20 Jahre
atempo

2017 - 2020

Warum sollten sie das machen? Vielleicht, weil sie merken, dass die automatische Übersetzung immer besser wird, je mehr Menschen sich daran beteiligen, und dass dies auch ihnen persönlich nützt. Vielleicht, um eigene Inhalte an die Lesenden der capito App zu bringen. Vielleicht wollen sie aber auch „nur“ einen Beitrag für eine verständlichere Gesellschaft leisten, wie die vielen Wikipedia-Autor*innen.

Die ava Plattform von atempo startete später und sie startete bereits auf dem Stadium der Selbstermächtigung der Benutzer*innen. Beide Seiten können sich registrieren und gegenseitig finden. Sie können mit Dienstleistern arbeiten, müssen aber nicht. Sie haben die Wahl. Mit der Zeit werden auf ava sicherlich auch weitere Dienstleistungen, Kontaktmöglichkeiten und Matchings integriert.

Die Zukunft ist ungewiss. Aber gerade die Digitalisierung bietet immenses Potential für capito und ava. Künstliche Intelligenz beim Übersetzen und beim Matchen von Angebot und Nachfrage. Intelligenter Zugang zu einfachen Informationen und passenden Assistenzleistungen. Vielleicht ist capito einmal der Einstieg in die Wissensgesellschaft und ava die Plattform-Adresse für persönliche Dienstleistungen. Weil sie alles einfacher machen, weil man schneller verstehen und individueller, flexibler nutzen kann, was man braucht. Meine capito Inhalte in oder statt Google als Startseite? Mein persönliches Unterstützernetz auf Knopfdruck wie bei Uber? Das wäre groß.

Autor

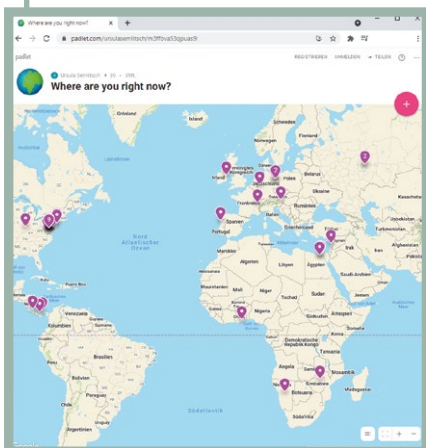
Hermann Arnold
Unternehmer



2020

capito international

capito kann auch Englisch. Und wir lernen wieder. In der Schulung für Special Olympics Teams weltweit – von Indien bis USA, von Norwegen bis Griechenland – ist allein das Finden von Workshop-Zeiten, an denen alle Zeit haben, eine Herausforderung.



2020

MAMBA mischt mit

Wir gründen den Verein für Mitarbeitenden-Mitbestimmung bei atempo „MAMBA“. Mitbestimmen meinen wir dabei ernst: Interessierte Mitarbeiter*innen beteiligen sich an der CFS GmbH und sind seit 2020 Mitbesitzer*innen mit vollen Stimmrechten.

Wir sind nicht allein auf dieser Welt – der atempo Kosmos

**Wir möchten die Menschen vor
den Vorhang holen, die über
die letzten 20 Jahre mit uns
zusammengearbeitet haben - die
uns unterstützen, fördern und
begleiten.**

Alle haben uns weitergebracht
und standen bei wichtigen
Weichenstellungen an unserer
Seite. Ihr persönlicher Einsatz, auch
ihr Mitgefühl, haben uns stärker
gemacht.

Ein großes Dankeschön dafür!

Sie finden diese Menschen und
Organisationen auf unserer großen
Galerie. Wir erzählen zu jeder Person,
Organisation, ja selbst zu einigen
Orten, warum sie für uns wichtig
waren und sind.

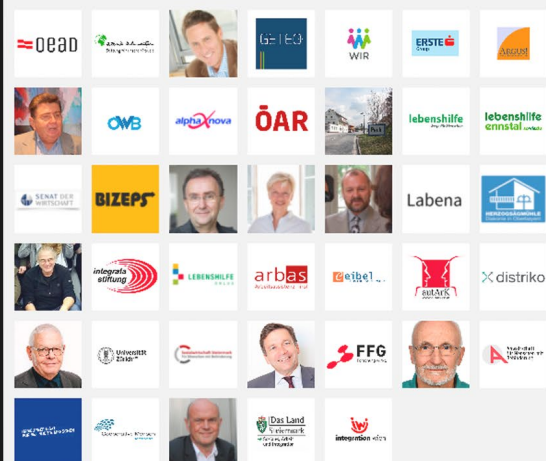
Jetzt hineinklicken:
www.atempo.at/kosmos/



Wir sind

Danke an alle
Danke an alle Menschen

Lesen Sie hier die Geschi
und lernen Sie die Mens



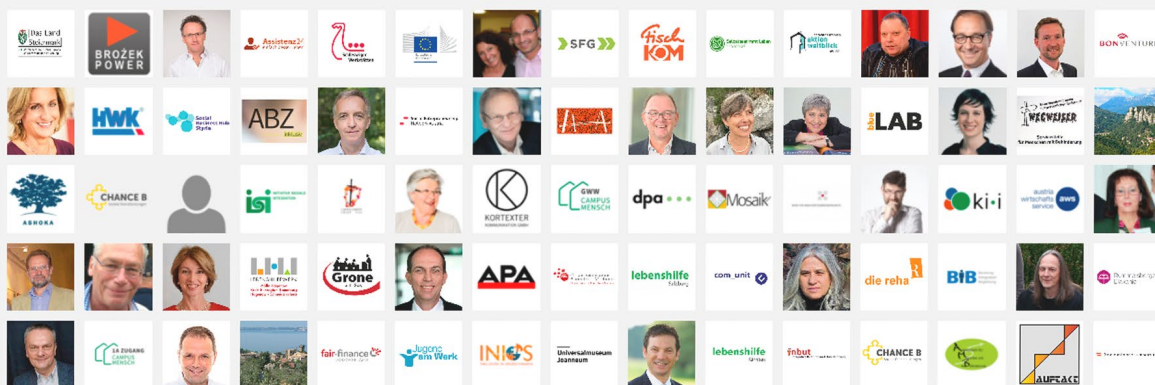


nicht allein auf dieser Welt – unser Kosmos

Hier ist der Platz für ein großes Dankeschön!

unserer Partnerinnen und Partner, an alle, die uns unterstützen, uns fördern und uns begleiten.
die mit uns zusammenarbeiten, die uns weiterbringen, die uns bei wichtigen Weichenstellungen zur Seite
standen oder uns einfach mit ihrem persönlichen Einsatz und Mitgefühl stärken.

chten, die hinter diesen Bildern stecken Und weil so eine Aufzählung nie vollständig sein kann, bitten wir
schen und Organisationen in unserem all jene um Entschuldigung, die hier (noch) nicht Platz gefunden
kosmos kennen. haben!





GROSSES KAPITAL FÜR GROSSE IDEEN!

Wir rufen wieder alle sozialunternehmerischen Einzelpersonen, Gruppen und Organisationen auf, ihre Projekte beim Get active Social Business Award 2021 einzureichen.

Neben der Umwelt, Gleichstellung von Frauen sowie gesellschaftlicher Inklusion stellen wir dieses Jahr die Frage, wie man aus einem Jahr Pandemie lernen kann und welche neuen Chancen sich daraus ergeben.

Das Siegerprojekt fördern wir mit einem Startkapital von **€ 92.000,-** in Form von Geld- und Sachleistungen!

Der Get active Social Business Award wurde 2007 von Coca-Cola Österreich, DER STANDARD und dem NPO & SE Kompetenzzentrum der WU Wien initiiert und seit 2019 auch von 4Gamechangers unterstützt.

Get active
SOCIAL BUSINESS
AWARD



Jetzt aktiv werden und mitmachen!

Alle Infos auf:
coca-cola-österreich.at/get-active
facebook.com/getactiveaward

DERSTANDARD



ProSiebenSat.1 PULS 4
4GAMECHANGERS

MITEINAND
seit 1929
Coca-Cola
ÖSTERREICH

**Raiffeisen
Meine Bank**



NÄHE IST EIN TEIL VON UNS.

Wir sind für Sie da! Als Teil der jeweiligen Region mit den meisten Bankstellen im Land. Und als Bank, die 24 Stunden 7 Tage die Woche digital verfügbar ist. Mit Mein ELBA – Österreichs persönlichstem Finanzportal mit direktem Draht zu Ihrem Raiffeisenberater. Und darüber hinaus mit den innovativen Mobile Payment Lösungen, die Bezahlen gerade heute so einfach und sicher wie nie zuvor machen. Mein Banking. So digital, wie ich will. So persönlich, wie ich es brauche.

raiffeisen.at

Get active Social Business Award

Großes Kapital für große Ideen!



Der Get active Social Business Award wurde 2007 von Coca-Cola Österreich, der Wirtschaftsuniversität Wien und Der Standard gegründet und wird seit 2019 von 4GAMECHANGERS unterstützt.

15 Projekte und rund 150 Sozialunternehmer*innen der unterschiedlichsten sozialen Bereiche wurden seither vom GASBA gefördert, gecoacht und nachhaltig unterstützt. So wurden bereits über € 1.200.000,- an die Gewinnerprojekte ausgezahlt, was den Award zum größten seiner Art in Österreich macht.

Einreichen können sozialunternehmerische Einzelpersonen, Gruppen und Organisationen, die sich dem Umweltschutz, der Gleichstellung von Frauen

sowie gesellschaftlicher Inklusion widmen. Ein zusätzlicher Schwerpunkt ist die Frage, wie wir mit einer Pandemie und all ihren gesellschaftlichen Folgen umgehen sollen und wie wir die betroffenen Personengruppen am effektivsten unterstützen können.

2021 wird das Siegerprojekt mit einem Startkapital von € 92.000,- in Form von Geld- und Sachleistungen prämiert und in den folgenden Monaten laufend von Experten*innen begleitet und evaluiert.

Details zur Einreichung von Projekten und weitere Informationen zum GASBA 2021 finden Sie auf coca-cola-österreich.at/get-active oder auf facebook.com/getactiveaward.

Diversität und Inklusion bei Magna

Drei strategische D&I-Prioritäten

Magna setzt sich als globaler Konzern dafür ein, in der Industrie Talente aus allen gesellschaftlichen Ebenen auf der ganzen Welt für sich zu gewinnen und zu fördern. Mehr als 158.000 Mitarbeiter*innen in 28 Ländern spiegeln unsere Vielfalt an unternehmerischen und innovativen Köpfen wider, die gemeinsam Lösungen für die Mobilität von Morgen entwickeln.

Seit Einführung der Mitarbeiter Charta im Jahr 1988 ist Chancengleichheit für Magna eine Priorität. Im 3. Prinzip der Charta – Faire Behandlung – heißt es: „Magna bietet Chancengleichheit auf Grundlage der Qualifikation und der Leistung des/der Einzelnen, frei von Diskriminierung und Bevorzugung.“

Umgesetzt wird das mithilfe dreier wichtiger D&I-Prioritäten:

Bewusstseinsbildung

- Diversitäts- und Inklusions-Training für alle Mitarbeiter*innen
- Workshops für Führungskräfte zum Thema Inklusion
- Kuratierte Diversitäts- und Inklusions-Ressourcen und -Tools, auf die alle Mitarbeiter*innen zugreifen können

Einen inklusiven Arbeitsplatz schaffen

- Einbettung von Diversität und Inklusion in wichtige Talentförderungsprozesse

- Mitarbeiter*innen-Ressourcen-Communities

Strategische Partnerschaften

- Durch unsere vielseitigen Partnerschaften fördern wir das Wachstum und die Entwicklung von unterrepräsentierten Talenten in MINT- und Handwerksberufen.

Ein Beispiel dafür ist die „Women's eXchange Employee Resource Community“ (ERC). Ziel dieser internen Community ist es, Mitarbeiter*innen zu fördern und in ihrer beruflichen Weiterentwicklung zu unterstützen sowie neue weibliche Talente für Magna zu gewinnen. Durch Mentoring, Karriereberatung und Networking-Möglichkeiten fördert diese Gemeinschaft ein integratives Umfeld.

Magna fördert ein Umfeld, das jegliche Form von Diskriminierung ablehnt und daran arbeitet, vorhandene Barrieren auf dem Weg zu einer inklusiven Organisation zu beseitigen. Wir sind bestrebt, unsere Mitarbeiter*innen auf allen Ebenen des Unternehmens zu befähigen, sich persönlich und beruflich weiterzuentwickeln.





Wir gratulieren
herzlich zum Jubiläum

big.care 9^e für Sozialträger

**Die beliebteste Sozialsoftware
Aus der Steiermark für die Steiermark**

Die Betreuung von Kunden im Sozialbereich ist eine erfüllende Aufgabe, stellt das ganze Unternehmen aber auch immer wieder vor neue Herausforderungen. *big.care* unterstützt Sie dabei, sich auf das Wesentliche zu konzentrieren. Wir wissen, was in der Steiermark gebraucht wird und entwickeln seit fast dreißig Jahren unsere Software für die Verwaltung von Sozialträgern kontinuierlich weiter.

big.care 9 deckt alle wichtigen Bereiche in *einer* Datenbank ab und ist damit das entscheidende Werkzeug für Ihre tägliche Arbeit.

Infos unter www.sozialserver.at

e eibel
businesssoftware

Innovation seit 1993



stwt.

**Steuerberatung &
Wirtschaftsprüfung**
Kompetenz seit
Jahrzehnten

Professionalität, Sorgfalt und Verlässlichkeit in Steuer- und Unternehmensfragen, Wirtschaftsrecht und Vermögensbildung – das sind die Eckpfeiler der Steirischen Wirtschaftstreuhand. Sieben Fachleute haben sich unter einem Dach zusammengefunden und bringen mit ihren Teams ihre unterschiedlichen Kompetenzen, Strategien und Schwerpunkte in die Gesellschaft ein.

Gemeinsam bieten wir für Unternehmen und Privatpersonen umfassende Dienstleistungen in den Bereichen Steuerberatung, Wirtschaftsmediation, Wirtschaftsprüfung sowie Wirtschafts- und Rechtsberatung. Denn das Ganze ist mehr als die Summe seiner Teile.



Unmöglich
ist es, bis es
möglich ist.

Von der Inspiration zum Design.
Von der Produktion auf die
Straße. Heute Science-Fiction.
Morgen mit uns Realität.



0202

LEISTUNGEN UND WIRKUNGEN

unserer Geschäftsbereiche



A top-down view of a white desk with various items. In the upper left, a silver iPad is partially visible. Below it is a black smartphone. To the right of the smartphone is a black tablet. In the center, a white book titled 'INKLUSION TABLETS UND SMARTPHONES' is open, showing a 'WORKSHOP' section. Below the book is a black smartphone. To the right of the smartphone is a white tablet with a red sticky note. In the bottom left, a white laptop is partially visible. In the bottom right, several colorful geometric shapes (triangles and squares) are scattered.

**Unterstützung beim
Übergang von Schule
zu Beruf**

A large, stylized, white letter 'B' is centered on a solid black background. The letter is thick and blocky, with a slight curve to the top and bottom strokes. It is the primary visual element of the logo.

2. Das gesellschaftliche Problem und der Lösungsansatz

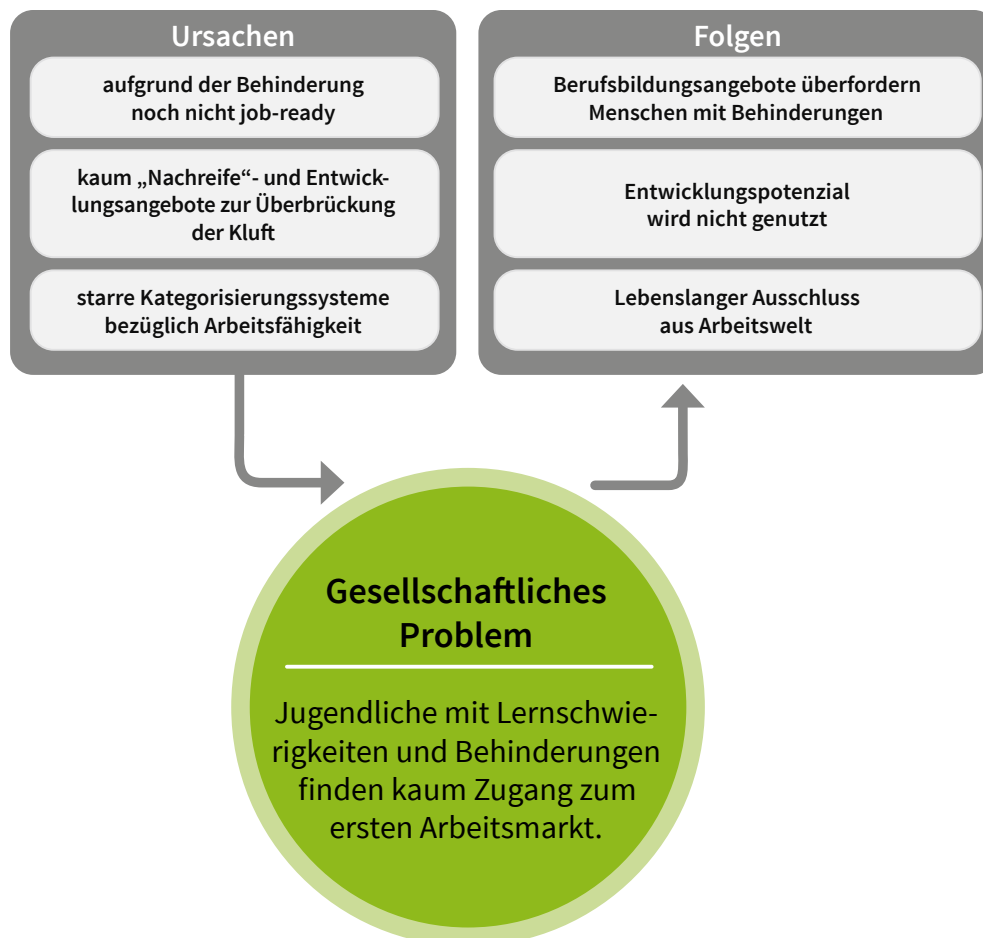
2.1 Das gesellschaftliche Problem

Menschen mit Lernschwierigkeiten und schweren Behinderungen finden nach der Pflichtschule kaum berufliche Bildungsangebote vor, die ihren Bedürfnissen und ihrem Lerntempo entsprechen. Viele von ihnen sind zu diesem Zeitpunkt – auch aufgrund ihrer Entwicklungsverzögerungen – noch nicht job-ready.

Ihre Chancen auf einen Arbeitsplatz sind aufgrund ihrer Behinderung begrenzt,

aufgrund mangelnder Bildungsangebote für diese Phase werden sie zusätzlich verschlechtert. Dazu kommt ein starres System, was die Kategorisierung von behinderten Menschen als „arbeitsfähig“ oder „arbeitsunfähig“ betrifft, was flexible, individuelle und innovative Wege in den Arbeitsmarkt erschwert.

Die Folge ist, dass viele dieser Jugendlichen entweder aus Über- oder Unterforderung letztlich als „arbeitsunfähig“ etikettiert und aus dem „normalen“ Arbeitsmarkt ausgeschlossen werden.



2.2 Bisherige Lösungsansätze

Auch Berufsbildungsangebote für Menschen mit Behinderungen sind für viele unter ihnen (noch) zu anspruchsvoll, als Alternative bleibt oft nur mehr der Eintritt in eine sogenannte „Behindertenwerkstätte“. Besonders Jugendliche mit Lernschwierigkeiten und schweren Behinderungen „verschwinden“ nach der Pflichtschule oft in spezifischen Tageseinrichtungen für Menschen mit Behinderungen, ohne jemals in der Statistik der arbeitslosen Personen aufzuscheinen.

die teilnehmende Person eine andere Perspektive wählt. Im Schnitt dauert das 2,5 Jahre, wobei manche schon nach wenigen Wochen den nächsten Schritt setzen können und andere bis zu fünf Jahre brauchen.

Wenn eine Integration am ersten Arbeitsmarkt vorerst nicht erreicht werden kann, besteht die Möglichkeit, dass Menschen mit Behinderung in einem inklusiven Setting im Rahmen der Teilhabe an Beschäftigung in der Arbeitswelt integriert werden können. Diese Form der Beschäftigung kann als Übergang gesehen werden und schließt das Ziel des Eintritts in den Arbeitsmarkt zu einem späteren Zeitpunkt nicht aus.

2.3 Der Lösungsansatz

„Wir können alles lernen. Wir brauchen nur die richtigen Hilfsmittel und unser eigenes Tempo“, stellt Andrew Lee, der Vorsitzende von People First, einer Selbstvertretungsorganisation für Menschen mit Lernschwierigkeiten, fest.

Die atempo Bildung ist davon überzeugt, dass auch Menschen mit Lernschwierigkeiten, die häufig als „arbeitsunfähig“ eingestuft werden, vieles lernen können, wenn die pädagogischen Ansätze, Materialien und das Tempo ihren Fähigkeiten und Bedürfnissen entsprechen.

Als Ergebnis der atempo Bildung gibt es folgende Leistungen:

- Individuelle Karriereplanung und Erwachsenenbildung
- Vermittlung von Praktika, Ausbildungen und Jobs
- Weiterbildung für digitale Inklusion und inklusive Bildung

Die Teilnehmenden verbringen Teile ihrer Bildungszeit in Unternehmen oder inklusiven Bildungseinrichtungen. Dadurch werden schon während dieser Zeit tragfähige Netzwerke für den Übertritt geknüpft und das Lernen in einem inklusiven Umfeld gefestigt.

2.3.1 Leistungen (Output) und direkte Zielgruppen

Die atempo Bildung übernimmt junge Menschen mit Lernschwierigkeiten aus der Schule oder aus anderen Maßnahmen mit dem primären Ziel, diese in eine formal anerkannte Ausbildung oder in ein Unternehmen zu vermitteln. Weil diese Menschen mit sehr unterschiedlichen Fähigkeiten und persönlichem Reifegrad einsteigen, ist der Qualifizierungs- und Begleitungsprozess individuell angelegt. Es gibt weder ein für alle gleiches Curriculum noch ein fix vorgegebenes Ende. Die Begleitung durch atempo dauert so lange, bis der Übertritt geschafft ist oder

Großer Wert wird auf den Erwerb von IT-Kompetenzen¹ gelegt. Für viele Menschen mit Lernschwierigkeiten und Behinderungen bieten PC, Tablet und IT eine Reihe von Hilfsmitteln, die ihnen das Kommunizieren und Lernen erleichtern. Diese Hilfsmittel werden von atempo Bildung an die individuellen Bedürfnisse der Teilnehmenden angepasst und genützt.

¹ IT = Informationstechnologien

Kund*innen und Zielgruppen

Unsere Hauptzielgruppe sind Menschen mit Lernschwierigkeiten und Behinderungen nach dem Pflichtschulabschluss in der Steiermark. Eine zweite Zielgruppe sind Unternehmen, die atempo Teilnehmer*innen einstellen. Die dritte Zielgruppe sind Fachkräfte in Bildungs- und Behinderteneinrichtungen, die sich für digitale inklusive Bildungsangebote interessieren.

atempo Bildung integriert Social Business-Aktivitäten, um einerseits lebensnahe Ausbildungsmöglichkeiten anzubieten und andererseits auch selbst Jobs für Menschen mit Lernschwierigkeiten und Behinderungen zu generieren. Diese Jobs werden durch Erlöse aus den Social Business-Einheiten finanziert.

Die Social-Business-Einheiten der atempo Bildung sind

- Im Restaurant „das Lorenz“ am Standort von atempo sind 2 Menschen mit Behinderungen fix beschäftigt. Weitere 4 bis 6 lernen dieses Berufsfeld im Rahmen des Trainings bei atempo kennen. Das Lorenz ist ein beliebtes Restaurant in Graz für Feste und Feiern, sein inklusiver Charakter trägt zur USP bei.
- Das „Büro für Selbstvertretung“ bietet Vorträge und Sensibilisierungswshops für Bildungseinrichtungen und Unternehmen in der Steiermark. Im Büro für Selbstvertretung sind 3 Menschen mit Behinderungen beschäftigt.
- Die „Digitale Bildung“ bietet Weiterbildungsangebote für Organisationen im Bildungs- und Behindertenbereich zur Kompetenzentwicklung zur Nutzung des Digitalisierungspotenzials in der inklusiven Bildung.

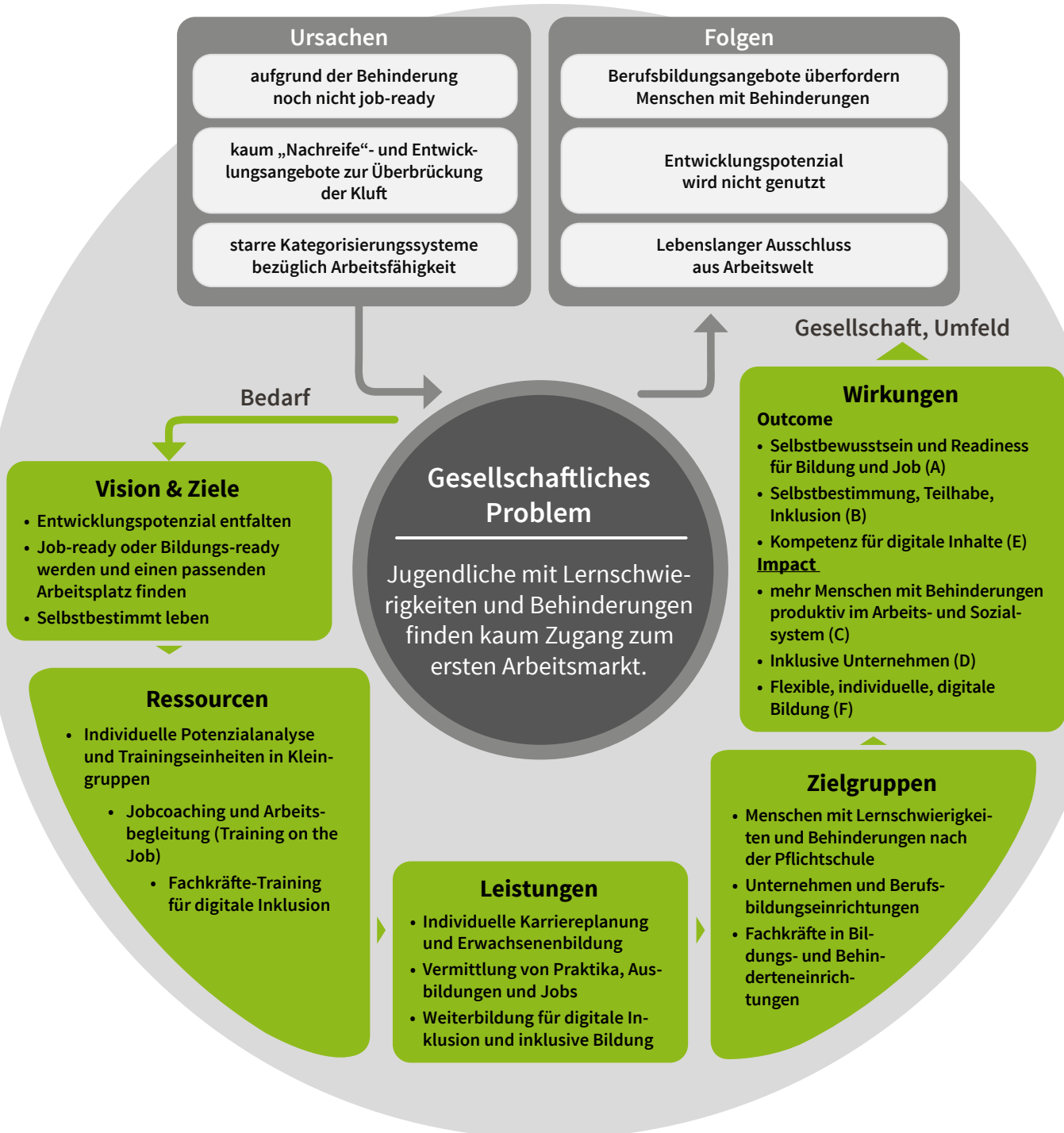
2.3.2 Intendierte Wirkungen (Outcome/ Impact) auf direkte und indirekte Zielgruppen

Outcome

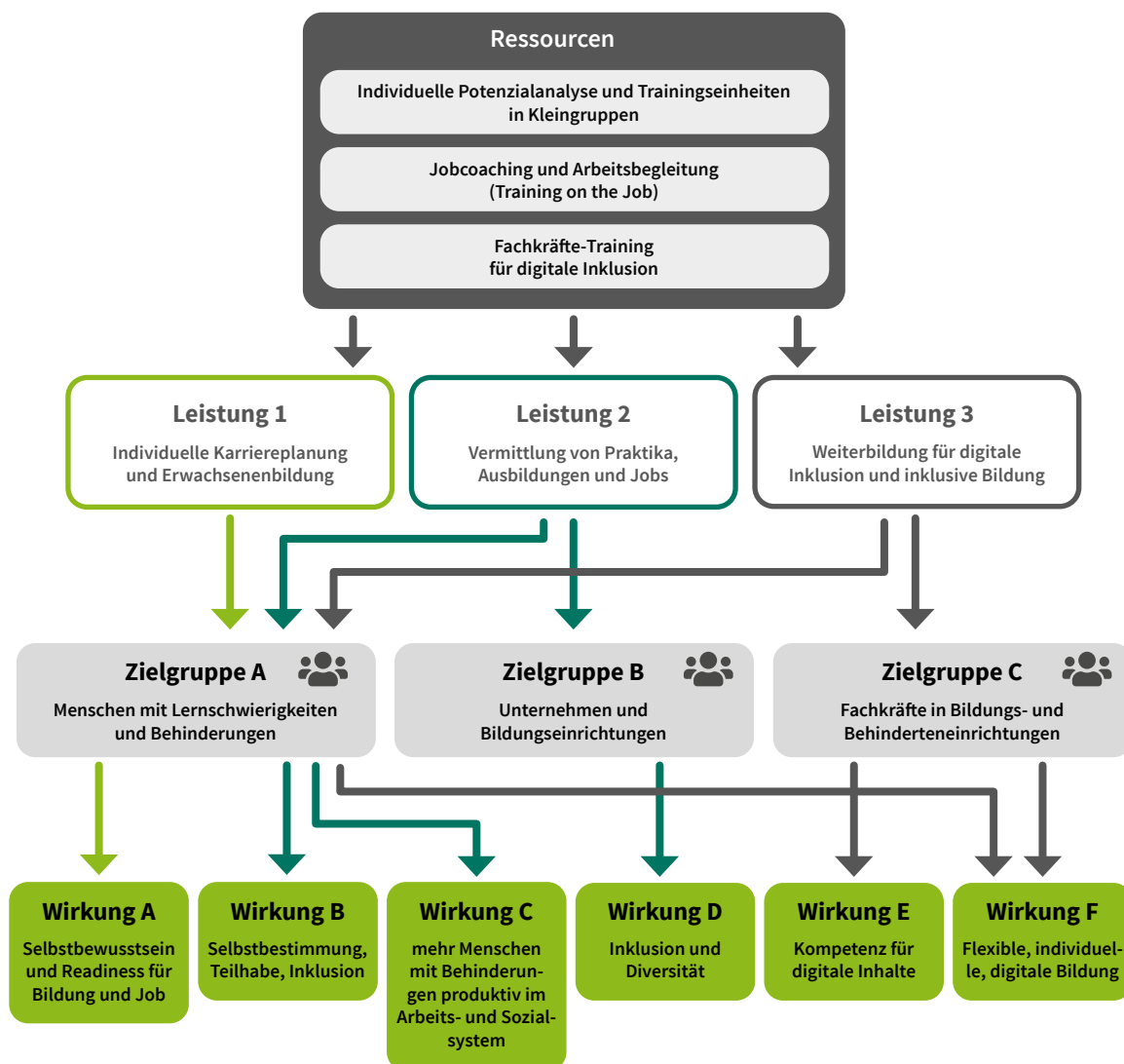
- Die Teilnehmenden der atempo Bildung kennen ihr Potenzial und ihre Grenzen, sie sind selbstbewusster, haben verbesserte soziale und kommunikative Kompetenzen und sind fähig, die Anforderungen und Herausforderungen eines Ausbildungs- oder Arbeitsplatzes zu bewältigen.
- Vermittelte Teilnehmer*innen haben mehr eigenen finanziellen Spielraum und eine eigene sozial-rechtliche Absicherung. Das Lernen und Arbeiten in inklusiven Settings wirkt sowohl auf ihre Persönlichkeit als auch auf das Unternehmen, in dem sie tätig sind.
- Fachkräfte im Bildungs- und Behindertenbereich sind kompetente Anwender*innen von digitalen Tools und Vermittler*innen von digitalen Inhalten.

Impact

- Weniger Menschen mit Lernschwierigkeiten und Behinderungen „verschwinden“ mit der Einstufung „arbeitsunfähig“ vom Arbeitsmarkt und werden stattdessen produktiver und einzahrender Teil des Arbeits- und Sozialsystems.
- Weniger Unternehmen zahlen „Strafe“ für Nicht-Erfüllung der vorgeschriebenen Quote an behinderten Mitarbeiter*innen und entwickeln sich stattdessen zu Unternehmen weiter, die Vielfalt und Inklusion mit behinderten Mitarbeitenden leben können.
- Weniger Fachkräfte im Bildungs- und Behindertenbereich sind IT-fern und können stattdessen das Potenzial der Digitalisierung für inklusive, individuelle Bildung und Inklusion nutzen.



Darstellung der Wirkungslogik



3. Ressourcen, Leistungen und Wirkungen im Berichtszeitraum

3.1 Eingesetzte Ressourcen

Input:

atempo Bildung setzte im Jahr 2020 insgesamt € 2.161.852 an Ressourcen ein. Davon entfielen € 1.364.389 auf Personalkosten und € 797.463 auf Sachkosten. Der Großteil dieser Ressourcen

wird vom Land Steiermark, Fachabteilung für Soziales, sowie vom Sozialministerium und zu einem kleinen Teil von der EU finanziert. Zusätzlich tragen die Social-Business-Einheiten der atempo Bildung zur Finanzierung bei. Coronabedingt waren sowohl Einnahmen als auch Sachausgaben im Jahr 2020 niedriger als 2019. Der coronabedingte Verlust wurde zum Teil

durch den NPO-Fonds der österreichischen Bundesregierung ausgeglichen, was für die Sicherung des Angebots sehr hilfreich war.

Der 3-Jahresvergleich zeigt einen leichten Anstieg der Mitarbeitenden und Personalkosten.

Jahr	Mitarbeitende	Einsatz [in tausend Euro]	Vollzeitäquivalente
2018	56	1.087	27,23
2019	57	1.275	30,33
2020	61	1.364	31,21
Veränderung (in den letzten 3 Jahren)	5	277	3,98

3.2 Erbrachte Leistungen (Output)

Im Jahr 2020 hat atempo Bildung insgesamt 329 Trainingsmodule für insgesamt 93 Bildungsteilnehmende durchgeführt. Corona beschleunigte die Entwicklung und Umsetzung von Online- und eLearning-Angeboten. Während der Lockdown-Phasen wurden viele zusätzliche Online-Angebote kreiert, um den Teilnehmenden auch in dieser Zeit Weiterbildung und Tagesstrukturierung bieten zu können. Beispielsweise produzierten wir Kochvideos für das Kochen zuhause und besuchten virtuell das Kunsthistorische Museum in Wien.

Trotz der verschärften Bedingungen durch die Pandemie war es der atempo Bildung möglich, einen guten Teil der Praktika in Unternehmen durchzuführen. Unsere Teilnehmer*innen konnten 33 Praktika absolvieren.

2020 haben 69 Fachkräfte aus dem Bildungs- und Behindertenbereich an Weiterbildungsangeboten für Digitalisierung und Inklusion teilgenommen. Das sind deutlich weniger als die Jahre davor und ist den Lockdowns der Corona-Pandemie geschuldet.

Besonders jene Weiterbildungskurse, die in Mobilitätsprojekten von Erasmus+ gefördert wurden, konnten nicht stattfinden, da sie

nicht mit Online-Angeboten ersetzt werden durften.

3.3 Erreichte Wirkungen (Outcome/Impact)

4 Menschen mit Lernschwierigkeiten wurden im Jahr 2020 auf einen Arbeitsplatz vermittelt. 9 Teilnehmende sind ohne Vermittlung in eine Berufsausbildung oder auf einen Arbeitsplatz aus der atempo Bildung ausgestiegen. Die Vermittlungsquote von 47 % ist deutlich niedriger als der Durchschnitt der letzten 10 Jahre (63 %).

Auch im Jahr 2019 gab es weniger Vermittlungen als die Jahre davor. Grund dafür ist hauptsächlich, dass nach den hohen Vermittlungszahlen in den Jahren 2017 und 2018 sehr viele Teilnehmer*innen neu eingestiegen und daher 2019 noch nicht job-ready waren. 2020 war es aufgrund der Corona-Pandemie kaum möglich, Unternehmen für neue Arbeitsplätze zu gewinnen. Daher ist die Vermittlungsquote 2020 auf einen Tiefpunkt gesunken. Es lässt sich derzeit nicht absehen, ob und in welchem Ausmaß in der aktuellen Situation 2021 wieder mehr Vermittlungen möglich sein werden.

Darstellung der Ressourcen, Leistungen und Wirkungen im Berichtszeitraum

Überblick Ressourcen, Leistungen, Outcome	Jahre			Veränderung zu 2019
Ressourcen	2018	2019	2020	
Mitarbeitende	47	48	52	+8%
Ausgaben in Tausend Euro	1.295	1.490	1.352	-9%
Leistungen				
Trainingsmodule für Menschen mit Behinderungen	364	386	329	-15%
Praktika in Unternehmen	56	48	33	-31%
Vermittlungsquote	75%	63%	47%	-15%
Anzahl Weiterbildungen digitale Bildung	12	19	4	-79%
Wirkungen				
Menschen mit Behinderungen in Bildung	93	101	94	-7%
Menschen mit Behinderung in Arbeitsleben vermittelt	18	10	8	-15%
Fachkräfte mit Digitalkompetenz	277	323	69	-79%

3.4 Maßnahmen zur begleitenden Evaluation und Qualitätssicherung

Die atempo Bildung unterzieht sich den Qualitätssicherungsvorgaben des LQW. LQW ist ein weit verbreitetes Qualitätsmanagementsystem in der Weiterbildung in Deutschland und in Österreich und gilt als anerkanntes Qualitätstestierungsverfahren. Seit September 2012 ist der Bereich Bildung LQW-zertifiziert. Dies bedeutet, dass ein hoher Standard im Bildungsbereich garantiert ist und atempo sich zur laufenden Reflexion und Weiterentwicklung verpflichtet. Im Jahr 2020 wurde die Retestierung zum zweiten Mal durchgeführt. atempo ist wiederum nach LQW und damit auch nach dem Ö-Cert-Standard zertifiziert.

3.5 Vergleich zum Vorjahr: Grad der Zielerreichung, Lernerfahrungen und Erfolge

Für die atempo Bildung war das Corona-Jahr mit allen Bestimmungen und gesundheitlichen Gefahren für die Teilnehmenden der Bildungsangebote besonders herausfordernd. Viele Teilnehmende gehörten zur Risikogruppe und durften wochenlang nicht an Präsenzangeboten teilnehmen.

Die atempo Bildung trainiert und entwickelt schon seit Jahren die digitalen Kompetenzen der Teilnehmenden. Daher gelang der Umstieg auf das digitale Distance Learning, ohne dass es zu Überforderungen seitens der Teilnehmenden kam. Die atempo Bildung konnte in dieser Situation ihre hohe Kompetenz in diesem Bereich sehr gut nutzen und unterstützend wirken.

4. Planung und Ausblick

4.1 Planung und Ziele

Unser Bildungsangebot sowohl im herkömmlichen als auch im digitalen Bereich soll ausgeweitet werden. Es zeigt sich, dass erhöhter Bedarf an Ausbildungsplätzen besteht, den wir befriedigen wollen. Auch die Nachfrage nach digitaler Fortbildung für Menschen mit Lernschwierigkeiten ist gestiegen.

Unser Angebot zur Schulung von Schlüsselkräften wird sowohl in Präsenz als auch online ausgebaut. Die europaweiten Kooperationen zur Digitalisierung werden vor allem durch Teilnahme an Erasmus+ Projekten intensiviert.

4.2 Einflussfaktoren: Chancen und Risiken

Derzeit ist die Weiterentwicklung der Pandemie noch völlig offen. Das stellt vor allem für die Bildungsaktivitäten außer Haus einen Unsicherheitsfaktor dar.

Die Bereitschaft zur Digitalisierung in unserem Kernbereich ist deutlich gestiegen.

Die ökonomischen Auswirkungen nach der Pandemie sind derzeit nicht abschätzbar.

B

Bildung

5. Organisationsstruktur

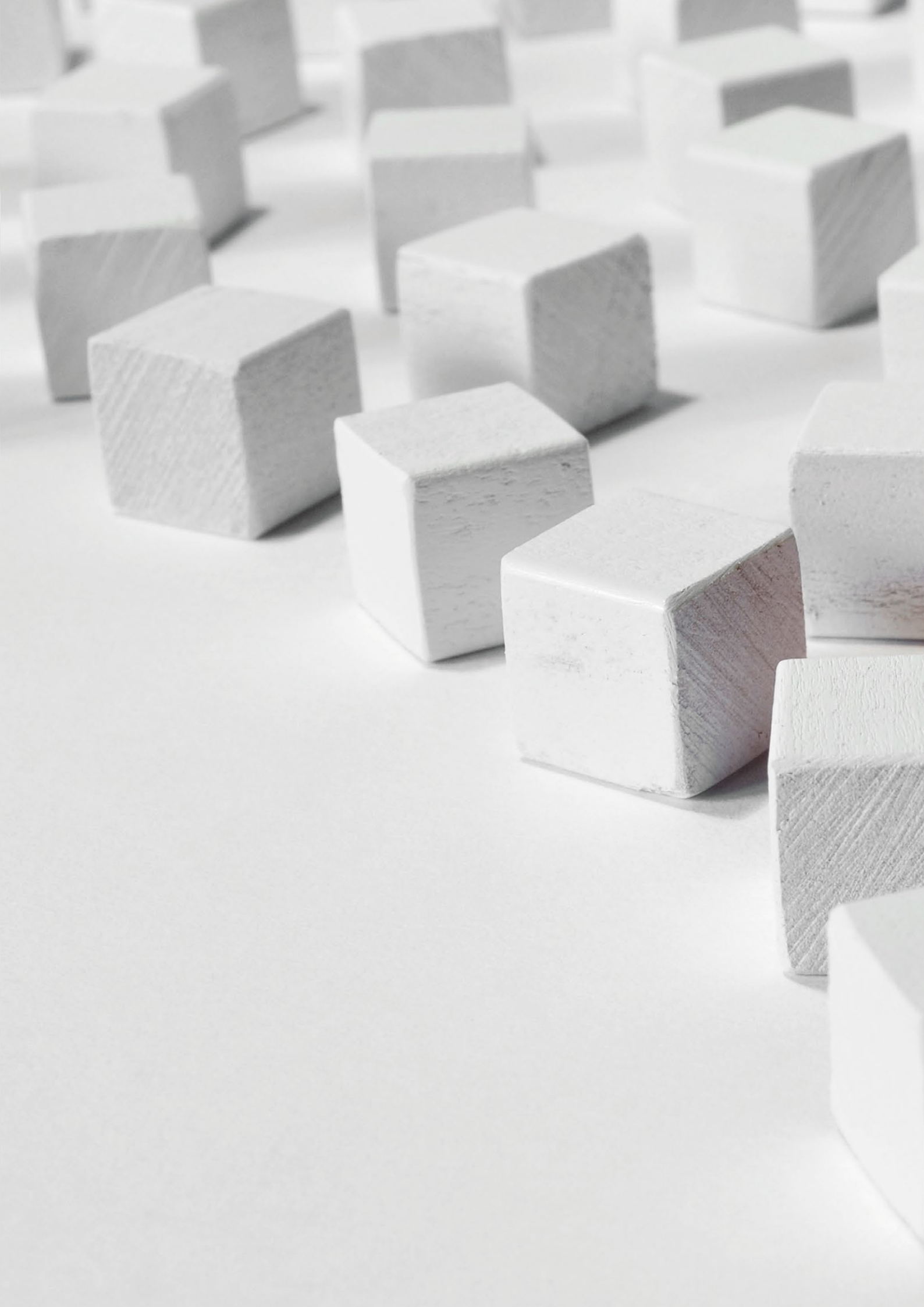
5.1 Organisationsstruktur

Die atempo Bildung wurde in den Jahren 2001 bis 2004 vom gemeinnützigen Verein „atempo zur Gleichstellung von Menschen“ entwickelt. 2005 wurde die operative Tätigkeit in die gemeinnützige atempo Betriebsgesellschaft mbH überführt. Der Verein atempo ist 100%iger Eigentümer der atempo GmbH.

5.2 Partnerschaften, Kooperationen und Netzwerke

atempo engagiert sich unter anderem im Social Entrepreneurship Network Austria (SENA), im Franchiseverband und Ethikbeirat für Franchising, im Senat der Wirtschaft, bei respect, im Global Compact Network Österreich, im regionalen Verband der Sozialwirtschaft Steiermark und im Social Business Club Styria.

Die atempo Bildung kooperiert mit Unternehmen, die Praxisplätze für Menschen mit Behinderungen zur Verfügung stellen. Darüber hinaus ist die atempo Bildung Partnerin des „Bildungsnetzwerks Steiermark“ und des Netzwerks „arbeit Plus“.





capito

Barrierefreie
Information

B

2. Das gesellschaftliche Problem und der Lösungsansatz

2.1 Das gesellschaftliche Problem

Mehr als die Hälfte der Erwachsenen im deutschsprachigen Raum lesen auf den Lesekompetenz-Stufen 0 bis 2 auf der

Skala der OECD. Laut OECD ist für eine effektive Kommunikation mit Behörden eine Kompetenz-Stufe von mindestens 3 notwendig. Diese Stufe erreichen 54,3 % der Erwachsenen in Österreich nicht.

Lesekompetenz-Stufen im internationalen Vergleich (16- bis 65-Jährige)

Länder	Kompetenz-Stufen						
	MLSF	Unter 1	1	2	3	4	5
Österreich	1,8	2,5	12,8	37,2	37,3	8,2	0,3
OECD-Durchschnitt	1,2	3,3	12,2	33,3	38,2	11,1	0,7

MLSF = mangelnde Lese- bzw. Sprachfähigkeit, 1 = niedrige Kompetenzstufe, 5 = höchste Kompetenzstufe. Für Kommunikation mit Behörden ist zumindest Stufe 3 erforderlich. Quelle: STATISTIK AUSTRIA, PIAAC 2011/12

Lesekompetenzen in Österreich

Der Großteil aller öffentlich angebotenen Informationen von Unternehmen, Behörden und NGOs ist auf den Lesekompetenz-Stufen 3 bis 5 verfasst. Zusätzlich ist

der größte Teil dieser Informationen nicht barrierefrei für Menschen mit Sinnesbeeinträchtigungen verfügbar. Dies betrifft sowohl digital als auch analog bereitgestellte Information.

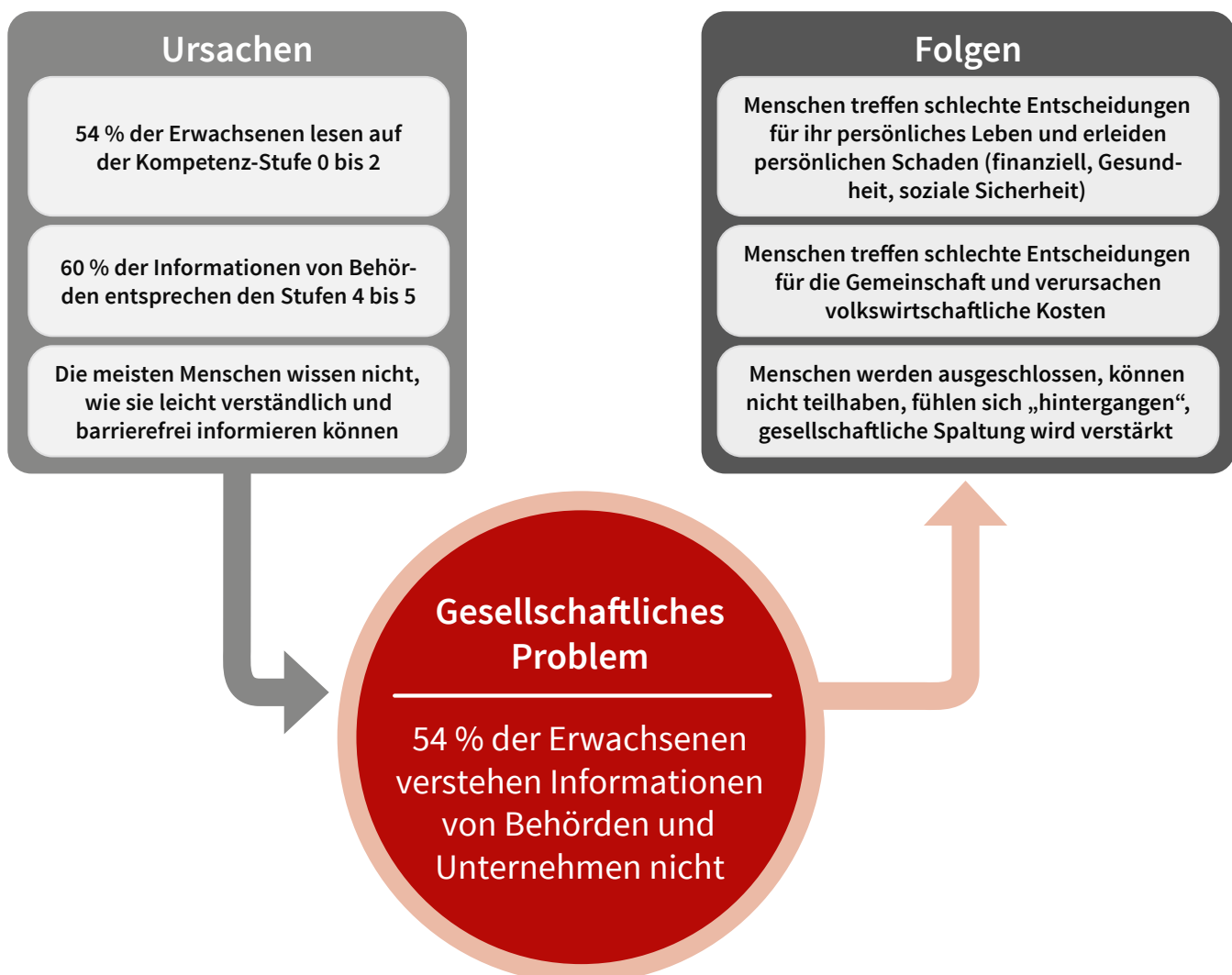
Lesekompetenz	Anteil der Bevölkerung	Informationsangebot
Hoch	8,4% 	60% 
Mittel	37,3% 	20% 
Niedrig	52,5% 	15% 
Mangelnd	1,8% 	5% 

Gegenüberstellung der Lesekompetenz von Erwachsenen in Österreich mit den angewandten Sprachlevels des öffentlich verfügbaren Informationsangebots von Behörden und Unternehmen.

Die Folge dieses Problems

Wer wesentliche Informationen von Unternehmen, Behörden und Sozialeinrichtungen nicht versteht, kann an den Errungenschaften unserer Gesellschaft nicht teilhaben und erleidet persönlich finanziellen, gesundheitlichen und sozialen Schaden.

Dieses Problem betrifft Menschen mit Lernschwierigkeiten, nicht-deutscher Erstsprache oder Leseproblemen besonders massiv und ständig. Menschen ohne Vorwissen und ohne einen entsprechenden Wortschatz zu einem Fachthema betrifft dieses Problem häufig. Ältere Menschen mit Sehbeeinträchtigungen oder Menschen mit niedriger digitaler Kompetenz sowie Menschen mit Sinnesbehinderungen sind zusätzlich von Zugangsbarrieren (technisch/grafisch/Medium) betroffen.



2.2 Bisherige Lösungsansätze

Übliche Lösungsansätze fokussieren auf das Schließen dieser Lücke zwischen Absende-Level und Zielgruppen-Level durch den Ruf nach mehr und besserer Schulbildung, mehr Lesefreude in der Familie, usw. Gegen eine gute Schulbildung ist nichts zu sagen, sie löst aber nicht das Problem erwachsener Menschen, deren Schulzeit vorbei ist. Diese Menschen sollten **jetzt** einen Bescheid, einen Kaufvertrag, eine Gesundheitsinformation, eine neue Richtlinie oder andere wesentliche Informationen für ihr Leben verstehen, um fundierte Entscheidungen treffen zu können. Sie brauchen diese Information **jetzt** in einer leicht verständlichen Form. Sie können ihre Lesekompetenzen nur dann verbessern, wenn sie Informationen bekommen, die ihrer aktuellen Sprachkompetenz-Stufe entspricht.

Wir brauchen einen Lösungsansatz, der den betroffenen Menschen sofort hilft und diese nicht mit Schuldzuweisungen beschämt.

2.3 Der Lösungsansatz

2.3.1 Leistungen (Output) und direkte Zielgruppen

capito vereinfacht kompliziert geschriebene Informationen, damit alle Menschen diese verstehen können. Damit jeder Mensch selbst bestimmen kann, welche Sprachstufe und Komplexität passend ist, vereinfacht capito in drei verschiedene Sprachstufen.

Die einzelnen Leistungen sind:

a. Informationen in leichter verständlichen Sprachstufen

Nach der capito Methode werden Infor-

mationen in mehreren verschiedenen Sprachstufen verfasst: von sehr einfach und kurz bis umfassend und komplex. Die Darstellung von ein und derselben Information auf mehreren Sprach- und Komplexitätsebenen garantiert, dass jede Person die Information lesen und verstehen kann, und jede Person jenes Niveau wählt, das ihren Fähigkeiten und ihrem Vorwissen entspricht. Ausgangspunkt ist meist ein kompliziert verfasster Originaltext eines Unternehmens, einer Behörde oder einer NGO; dieser wird von capito für die jeweiligen Zielgruppen in mehrere einfacher verständliche Sprachstufen übertragen, landläufig formuliert „übersetzt“.

b. Geprüfte Qualitätssiegel

Die übersetzten Texte und barrierefrei gestalteten Layouts werden von Vertreter*innen der Zielgruppen in einem standardisierten Prüfverfahren auf Verständlichkeit überprüft. Damit wird sichergestellt, dass die von capito produzierten Informationen ihre intendierte Wirkung erreichen können, weil sie verstanden werden. Geprüfte Informationen erhalten ein Qualitätssiegel für „Leicht Lesen“.

c. Verbreitung der capito Methode und des Know-hows in Lehrgängen, Workshops und eLearning-Angeboten sowie Koordination von Social-Franchise- und Qualitätspartnerschaften

d. Digitale Bereitstellung für barrierefreie, individuelle und flexible Auswahl der Sprachstufe

capito bietet ein digitales Informationssystem, das ein und dieselbe Information in mehreren Sprachstufen gleichzeitig zur Verfügung stellt, sodass die User jederzeit und flexibel selbstbestimmt die „richtige“ Sprachstufe für das jeweilige Thema auswählen können.

Das System ist über Web-Browser, die capito App oder eine digitale Schnittstelle (API) nutzbar.

e. Skalierung durch automatisierte Vereinfachung und Textanalyse mit künstlicher Intelligenz

Die capito KI analysiert und überträgt Informationen automatisiert in unterschiedliche Sprachstufen, sodass weit mehr Texte als bisher weit günstiger als bisher und weitaus schneller als bisher nach der capito Methode zur Verfügung stehen werden. **digital.capito.eu**

Kund*innen und Zielgruppen

capito Kund*innen sind Unternehmen, Behörden und NGOs aus unterschiedlichsten Branchen, sowie Fachleute für Kommunikation und Kommunikationsagenturen. Die Zielgruppen von capito sind alle Zielgruppen der capito Kund*innen.

Direkte Zielgruppen sind Menschen mit Lernschwierigkeiten und Problemen beim Lesen und Verstehen komplizierter Texte. Indirekte Zielgruppen sind alle, die beruflich Informationen für unsere direkten Zielgruppen verfassen.

Mit der capito KI werden weit mehr Texte als bisher weit günstiger als bisher und weitaus schneller als bisher nach der capito Methode zur Verfügung stehen.

2.3.2 Intendierte Wirkungen (Outcome/ Impact) auf direkte und indirekte Zielgruppen

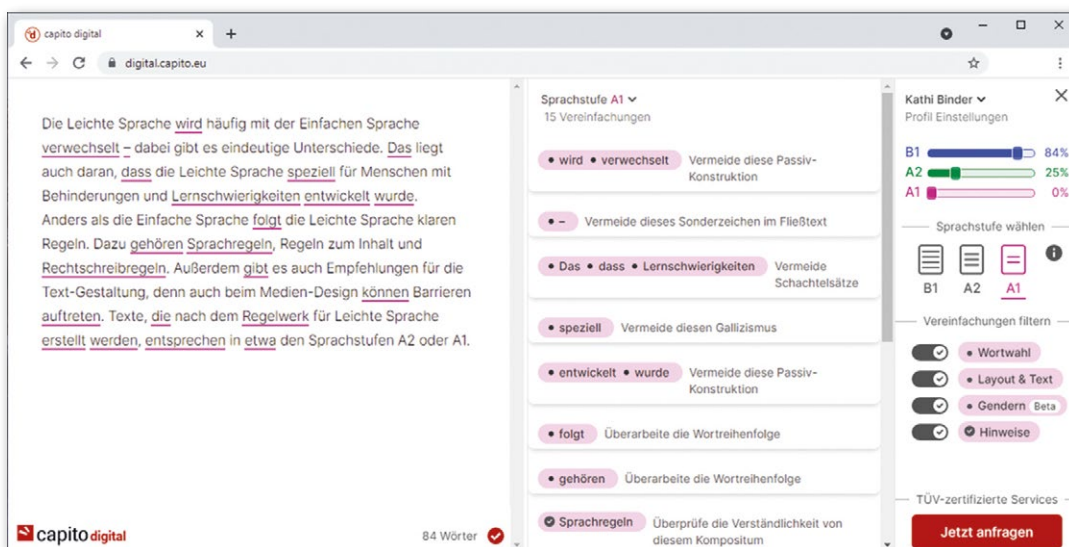
Outcome

- Menschen mit Lern- und Leseproblemen lesen (wieder oder erstmals) schriftliche Informationen, verstehen und nutzen Informationen, die sie vorher nicht verstehen konnten.
- Menschen mit Lern- und Leseproblemen nutzen digitale Lösungen für Informationsaufnahme und partizipieren an der digitalisierten Wissensgesellschaft (digitale Inklusion).
- Menschen, die Informationen erstellen, verstehen die Notwendigkeit leichter verständlicher Sprache, sie schreiben leichter verständlich und bieten Informationen für alle Zielgruppen barrierefrei an.

Impact

- Verbesserte Teilhabe von Menschen mit Lese- und Lernproblemen und Reduktion von volkswirtschaftlichen Folgeschäden durch bessere persönliche Entscheidungen. Dies wird besonders durch leicht verständliche Informationen in sozial und gesellschaftlich relevanten Themenbereichen wie Nachrichten, Recht, Gesundheit, Soziales, Finanzen, Kultur, Bildung, Umwelt und Nachhaltigkeit erreicht.

Digitale Schreibhilfe von capito auf <https://digital.capito.eu>



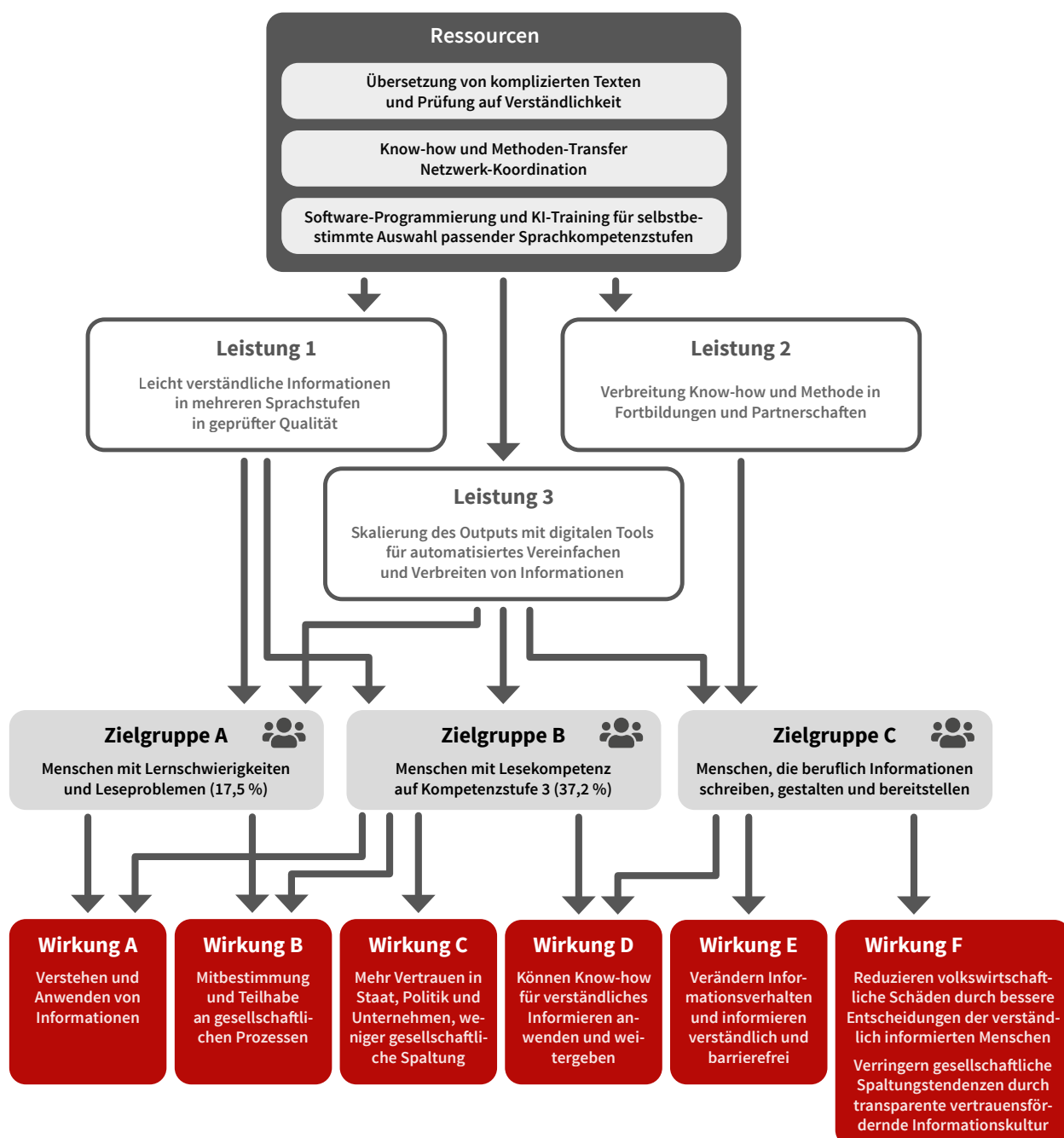
- Mehr Transparenz und Vertrauen in Staat, Politik und Unternehmen durch mehr qualitativ hochwertig vereinfachte Informationen für alle.

Wir konzentrieren unseren sozialen Wirkungsanspruch ganz besonders auf Menschen mit Lernschwierigkeiten, Menschen mit Migrationshintergrund und nicht-deutscher Erstsprache und Menschen

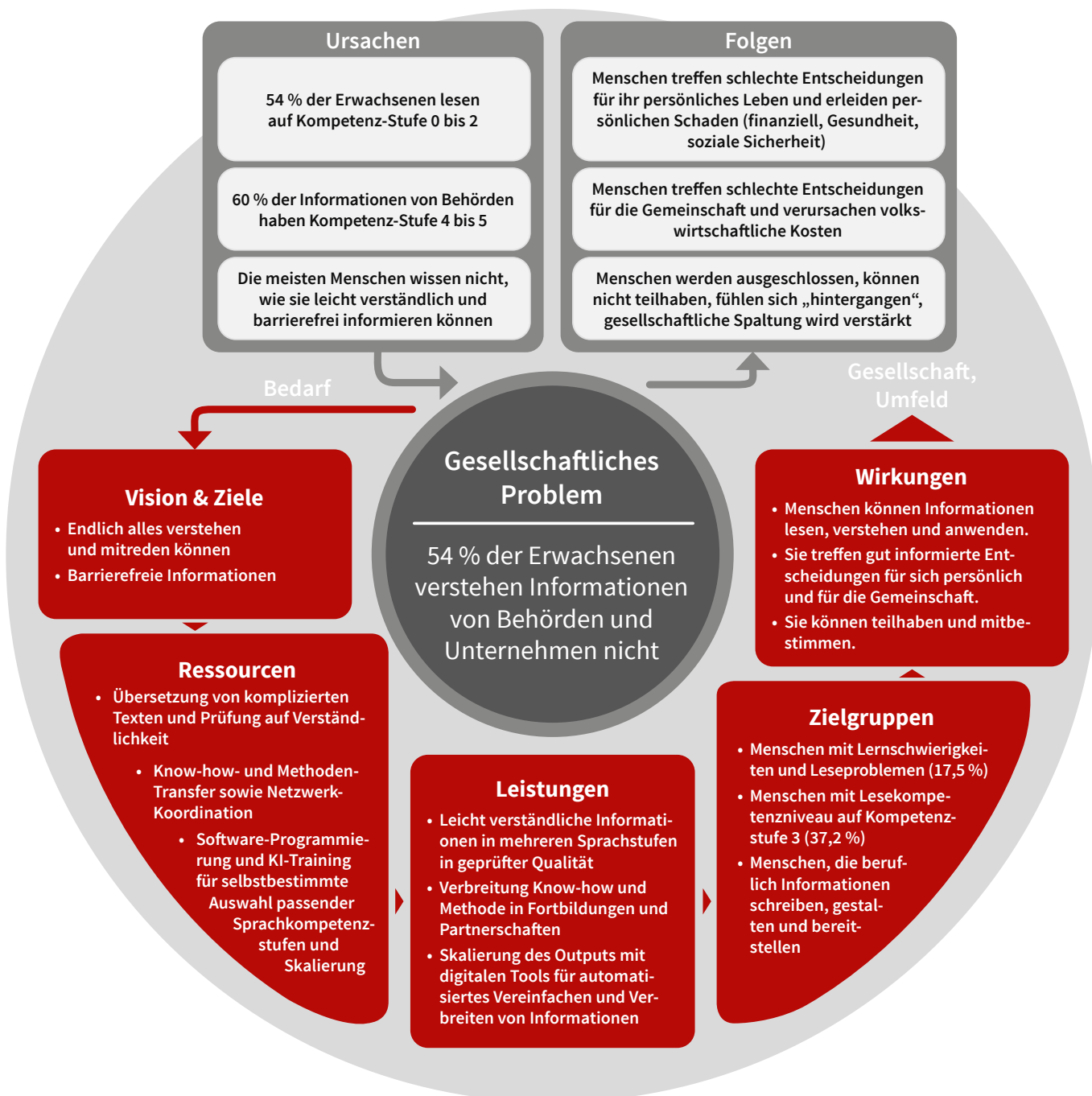
mit Behinderungen. Für diese Gruppen ist eine barrierefrei zugängliche und leichter verständliche Information von zentraler Bedeutung im alltäglichen Leben.

Für alle anderen Menschen bietet zielgruppengerecht aufbereitete Information die Möglichkeit, mehr als bisher zu verstehen, den Horizont zu erweitern und sich weniger oft als „zu dumm dafür“ zu fühlen.

Lösungsansatz



Darstellung der Wirkungslogik



B

capito

3. Ressourcen, Leistungen und Wirkungen im Berichtszeitraum

3.1 Eingesetzte Ressourcen

Input:

- Manuelle Übersetzung/Übertragung komplizierter Texte durch Redakteur*innen
- Überprüfung der Verständlichkeit sowie des barrierefreien Zugangs durch Vertreter*innen der jeweiligen, auftragsbezogenen und produktbezogenen Zielgruppen. Sehr häufig werden für diese Verständlichkeitsprüfung Menschen mit Lernschwierigkeiten, Behinderungen und Menschen mit Migrationshintergrund beschäftigt. Wir bezeichnen diese Tätigkeit in unseren Berichten als „Prüfgruppenarbeit“ und sprechen von den Durchführenden als „Prüfgruppen“.
- Fortbildungen/Wissenstransfer in analogen und virtuellen Lehrgängen, Tages-Workshops und Coachings sowie Produktion von eLearning-Modulen für Anwender*innen von leicht verständlicher Sprache.
- Vernetzung und Koordination der Partner-Systeme „Social Franchising“ und „Qualitätspartnerschaften“.
- Software-Programmierung für die digitale Speicherung, Sicherung, Bereitstel-

lung und Verbreitung der Übersetzungen und Fortbildungsinhalte.

- Training von künstlicher Intelligenz für das automatisierte Überprüfen von Informationen auf leichte Verständlichkeit und für das automatisierte Vereinfachen.
- Zusätzlich Personal- und Sachaufwand für Kommunikation, Marketing, Sales und Management.

Insgesamt hat capito im Jahr 2020 Personalressourcen von 666 Menschen eingesetzt. Diese 666 Menschen haben insgesamt 85.900 Stunden für capito gearbeitet, das sind 43 Vollzeit-Äquivalente. Die Personalkosten für capito lagen im Jahr 2020 bei ca. 1,8 Millionen Euro; dazu kam ein Sachaufwand von knapp 500.000 Euro. Der gesamte Input von capito im Jahr 2020 betrug 2,27 Millionen Euro.

Im Jahr 2020 kam es zwar wieder zu einer Steigerung der eingesetzten Personalressourcen, der Aufwand sank jedoch coronabedingt um 6 %. Die Reduktion resultiert aus deutlich weniger Sachkosten im Jahr 2020.

Jahr	Mitarbeitende	Einsatz in tausend Euro	Vollzeitäquivalente
2018	607	1.500	30
2019	617	2.420	38
2020	666	2.274	43
Veränderung	8 %	-6 %	14 %

B

capito

3.2 Erbrachte Leistungen (Output)

Im Jahr 2020 hat capito insgesamt 539 Produkte oder Dienstleistungen für 520 Kund*innen produziert bzw. erbracht. Das sind deutlich weniger Produkte als im Jahr 2019. Vor allem die Anzahl der Fortbildungen reduzierte sich Corona-bedingt auf ein Viertel des Wertes von 2019. Positiv ist, dass trotz Corona 143 Fortbildungen stattfanden, nahezu alle wurden online umgesetzt.

Außerdem koordinierte capito ein Netzwerk von insgesamt 76 Social Franchise- und Qualitätspartner-Organisationen.

2020 wuchs das Netzwerk der capito Entwicklungs-Partner*innen für das Training künstlicher Intelligenz (KI) für automatisierte Übersetzungen von 3 auf 10. Entwicklungs-Partner*innen beteiligen sich mit Technologiebeiträgen und Daten.

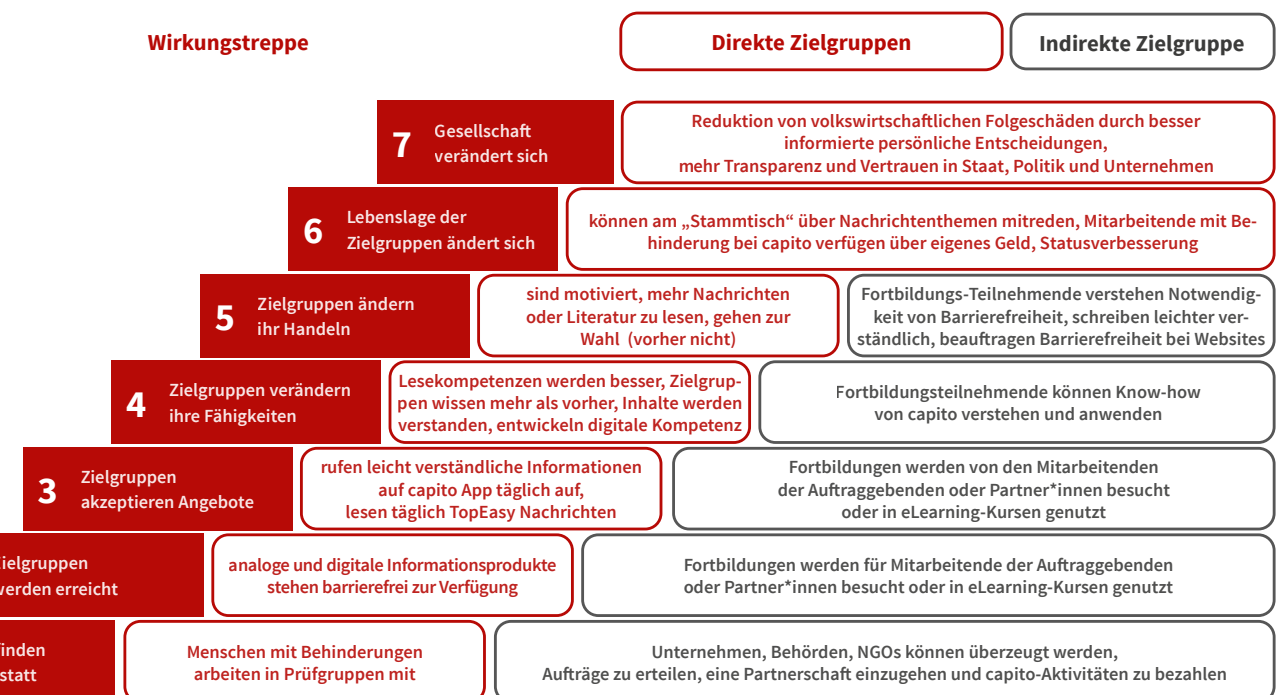
zugänglich gemacht und von diesen gelesen werden, empfehlen wir die Untersuchungen aus den Wirkungsberichten 2013 und 2014. 2013 wurde die Wirkung einer leicht verständlichen Wahlbroschüre auf das Wahlverhalten von Menschen mit Lernschwierigkeiten evaluiert, 2014 die Wirkung eines leicht verständlichen Krimis auf das Leseverhalten von Menschen mit Lernschwierigkeiten. Auszüge daraus sind in der Online Version dieses Wirkungsberichts enthalten.

Eine weitere Untersuchung wurde mit Nutzer*innen des von capito initiierten Nachrichtenprojekts „TopEasy“ mit der Austria Presse Agentur (APA) durchgeführt, um die Wirkung leicht verständlicher Nachrichten zu erheben. Alle drei Untersuchungen zeigten signifikante Veränderungen im Verhalten und in den Haltungen der Nutzer*innen.

Einige der in diesen Untersuchungen von den Zielgruppen konkret beschriebenen Wirkungen fassen wir in der folgenden Wirkungstreppe exemplarisch zusammen.

3.3 Erreichte Wirkungen (Outcome/Impact)

Zur Wirkung von leicht verständlichen Informationen, die den Zielgruppen



Als Lesende erreicht wurden im Jahr 2020 schon 8,5 Millionen Menschen in Österreich, Deutschland und der Schweiz. Die Zählung erfolgt über Angaben unserer Kund*innen zur Nutzung der Informationsprodukte und über Metriken der capito-eigenen Software-Produkte.

capito schafft bezahlte Arbeit für Menschen mit Lernschwierigkeiten und Behinderungen und bewirkt damit, dass diese über eigenes Geld verfügen und selbstbestimmt leben können. Im Jahr 2020 waren 569 Menschen mit Lernschwierigkeiten und Behinderungen bei capito als Prüfer*innen von Informationen und Dienstleistungen (auf Honorarbasis) oder als angestelltes Fachpersonal für Barrierefreiheit beschäftigt.

Besonders hervorzuheben ist, dass die Anzahl der Menschen, die Zugang zu leicht verständlichen Informationen von capito bekommen, durch die Entwicklung der digitalen Produkte und die Projektkooperation

mit der APA exponentiell gestiegen ist.

Der 3-Jahres-Vergleich zeigt zwar insgesamt eine kleine Steigerung der Anzahl an Produkten und Dienstleistungen und Kund*innen, im Vergleich zum Jahr 2019 brachen Umsatz und Auftragszahlen allerdings um 20 % bis 45 % ein. Gehalten werden konnte die Anzahl der Jobs für Menschen mit Lernschwierigkeiten, enorm gesteigert wurde die Anzahl der User.

Die oft geäußerte Befürchtung, dass Digitalisierung Arbeitsplätze kostet, kann nicht bestätigt werden, im Gegenteil: Mit der Digitalisierung stieg auch die Anzahl der eingesetzten Prüfer*innen und konnte selbst im Krisenjahr 2020 gehalten werden.

Output und Outcome im 3-Jahres-Vergleich	2018	2019	2020	Steigerung/ Rückgang
Anzahl Produkte und Dienstleistungen	700	980	539	-45%
Anzahl Kund*innen	539	558	520	-7%
Erreichte Menschen	1.308.905	1.766.182	8.500.000	381%
Arbeit für Menschen mit Behinderungen	382	509	569	12%
Auftragswert gesamt [in tausend Euro]	1.700	3.186	2.527	-21%



Bild auf der linken Seite: Rudolf Anschober zu Besuch bei capito 2020

Darstellung der Ressourcen, Leistungen und Wirkungen im Berichtszeitraum

Überblick Ressourcen, Leistungen, Outcome	Jahre		
Ressourcen	2018	2019	2020
Mitarbeitende	607	617	666
Ausgaben in tausend Euro	1.500	2.420	2.274
Leistungen			
Übersetzungen	697	479	349
Fortbildungen	123	475	143
Digitalisierungsprojekte	4	26	47
Leistungen Summe	824	980	539
Wirkungen (Stufen der Wirkungstreppe)			
Überzeugte Kund*innen (1)	539	558	520
Leser*innen gesamt (4 bis 5)	1.300.905	1.748.081	8.500.000
Menschen mit Lernschwierigkeiten mit bezahlter Arbeit (6)	382	509	569

3.4 Maßnahmen zur begleitenden Evaluation und Qualitätssicherung

capito hat einen für alle Partner*innen verbindlichen Qualitätsstandard entwickelt. Sein Kernstück ist ein dreistufiges Prüfverfahren, das jedes Informationsprodukt durchlaufen muss. Nur Produkte, welche die Verständlichkeitsprüfung durch Vertreter*innen der Zielgruppen bestanden haben, erhalten ein Gütesiegel. Produkte, die auch für Menschen mit einer Verständlichkeitsstufe von A1 bis B1 verständlich sind, werden mit einem Gütesiegel für Leicht Lesen gekennzeichnet. Ein weiteres Kriterium des Qualitätsstandards verpflichtet alle Partner*innen von capito, die Menschen, die in Prüfgruppen eingesetzt werden, mit einem Stundensatz von zumindest 10 € zu entlohnen. capito ist das einzige Netzwerk für leicht verständliche Information im deutschen Sprachraum mit einem Qualitätsstandard, der von einer externen und unabhängigen Zertifizierungsstelle, dem TÜV, überprüft wird.

3.5 Vergleich zum Vorjahr: Grad der Zielerreichung, Lernerfahrungen und Erfolge

2020 war auch für capito ein herausforderndes Jahr. Selbstverständlich hatten auch wir mit wirtschaftlichen Einbrüchen und den notwendigen Maßnahmen zur Eindämmung der COVID-Pandemie zu kämpfen.

Die Zahl der Aufträge ging zurück, aber die Zahl der User stieg weiter aufgrund der Digitalisierungsschritte und Kooperationen mit hochskalierenden Informationsanbietern wie der österreichischen APA.

Diese strategischen Schritte sicherten auch die Prüfaufträge für Menschen mit Lernschwierigkeiten und Behinderungen, die trotz der geringeren Auftragszahl stiegen.

capito konnte auch enorm von der gesteigerten Bereitschaft der Kund*innen profitieren, digitale Angebote wahrzunehmen. Der geografische Wirkungsbereich erweiterte sich dadurch enorm. Beispielsweise führten wir capito Lehrgänge für international tätige Auftraggeber durch, an denen 50 Menschen aus allen Kontinenten teilnahmen; von Singapur bis San Francisco, von Berlin bis Kapstadt. Dieser Großauftrag bildete den Startpunkt für die Entwicklung der

englischen eLearning Site
www.capito-international.com.

Wir konnten das Jahr 2020 zum Kompetenzaufbau für Textvereinfachungen in englischer Sprache nutzen. So sind wir auch schon in der Lage, qualitativ hochwertige Daten für das Training künstlicher Intelligenz für Vereinfachungen in englischer Sprache zu sammeln und aufzubereiten.

4. Planung und Ausblick

4.1 Planung und Ziele

Übersetzungen in leicht verständliche Sprachstufen sind sehr aufwändig, solange jeder Text manuell übersetzt werden muss. Schwerpunkt unserer Planung für 2021 und Folgejahre war daher der Bereich Forschung und Entwicklung zum Nutzbarmachen von künstlicher Intelligenz, um zunächst die Effizienz der Dienstleistung zu steigern und die Kosten pro übersetzter Seite zu senken. Dadurch erwarten wir uns, dass unsere Kund*innen die Menge der Informationsangebote in mehreren Sprachstufen erweitern und dass damit der gesellschaftliche Impact maximiert werden kann.

Ziel ist es, eine signifikante Kostenreduktion zu erreichen. Bei Zielerreichung würde der Anteil an der Wertschöpfung, der von Menschen mit Lernschwierigkeiten in Prüfgruppen erbracht wird, von derzeit 10 % auf 50 % steigen.

Wir gehen davon aus, dass das Auftragsvolumen nicht sinken, sondern im Gegenteil steigen wird, was bedeutet, dass wir bei

gleichen Kosten sieben- bis zehnmal mehr Seiten übersetzen und damit entsprechend mehr Prüfgruppenarbeit an Menschen mit Lernschwierigkeiten zu vergeben haben als bisher. Das heißt, dass wir bei Zielerreichung bezahlte Arbeit für 4.000 Menschen mit Lernschwierigkeiten und Behinderungen statt wie bisher für 400 schaffen können.

Zusätzlich wollen wir mit unseren digitalen Lösungen all jenen Menschen, die selbst verständlicher schreiben wollen, mit unserem Produkt „capito digital“ eine Hilfestellung anbieten. capito digital funktioniert als Schreibhilfe, analysiert automatisiert Texte in den Sprachstufen „Leicht Lesen“ B1, A2 oder A1 und wird ab Herbst 2021 mit dem capito Chatbot erste automatisierte Übersetzungen von Sätzen anbieten.

4.2 Einflussfaktoren: Chancen und Risiken

Forschung an und Entwicklung von künstlicher Intelligenz für qualitätsvolle

Vereinfachung komplexer Texte ist aufwändig, kostenintensiv und braucht sorgfältigste Arbeit von Menschen mit unterschiedlichsten Kompetenzen.

Chancen liegen in unserem Netzwerk und dem Kreis unserer Impact-Investor*innen, die neben ihrem Investment Know-How einbringen und uns begleiten.

Ebenso als Chance sehen wir, dass das zugrundeliegende Problem von immer mehr Menschen immer besser verstanden

wird und die Bereitschaft steigt, nicht die Symptomträger*innen des Problems zu verurteilen, sondern es zum Wohle aller lösen zu wollen.

Risiken entstehen – wie bei jeder Innovation – aus Beharrungstendenzen mächtiger Gruppen, einem verkürzten Verständnis über Einsatzmöglichkeiten, Zweck und Nutzen/Schaden von KI und, damit verbunden, Hürden bei der Akquise von ausreichend Mitteln für Forschung und Entwicklung.

5. Organisationsstruktur

5.1 Organisationsstruktur

Das Projekt capito wurde in den Jahren 2001 bis 2004 vom gemeinnützigen Verein „atempo zur Gleichstellung von Menschen“ erfunden und entwickelt. Ausgangspunkt für capito war die Erkenntnis, dass Menschen mit Lernschwierigkeiten weit mehr lernen und wissen können als allgemein angenommen, wenn sie Informationen und Wissen in leicht verständlicher Weise angeboten bekommen.

Ziel des Vereins atempo war von Beginn an, capito mit einem „Social Business Geschäftsmodell“ nachhaltig zu finanzieren und zu skalieren. Der Verein atempo ist Besitzer der Marke capito und „Hüter“ der mit dieser Marke verbundenen Werte beziehungsweise ideeller Garant für deren Einhaltung.

Ab dem Jahr 2005 hat das Sozialunternehmen „CFS, Consulting, Franchise & Sales GmbH“ die Aufgabe übernommen, capito auf Basis des Wertekanons von atempo als marktfähige Dienstleistung weiterzuentwickeln und in einem Social-Franchise-System zu skalieren. Die CFS GmbH hat ein exklusives

Recht zur Nutzung der Marke capito und bezahlt dafür jährlich Lizenzgebühren an den Verein in Höhe von 5 % der Einnahmen aus dem Social Franchising. Mit diesem Beitrag unterstützt die nicht gemeinnützige CFS GmbH den gemeinnützigen Zweck des Vereins atempo.

Nach einer organischen Wachstumsphase von capito als Geschäftsbereich der CFS GmbH erfolgte 2012 mit dem Einstieg des Social Impact Investors BonVenture, München, eine dynamische Entwicklung des Social-Franchise-Systems (1. Investitionsphase) und 2018 mit dem Einstieg weiterer Impact-Investorinnen und -Investoren der Ausbau der Digitalisierungsphase, die noch nicht abgeschlossen ist (2. Investitionsphase).

5.2 Partnerschaften, Kooperationen und Netzwerke

capito wird in Social-Franchise-Partnerschaften und Kooperationen skaliert. Die CFS GmbH ist Franchisegeberin und treibt die Entwicklung gemeinsam mit

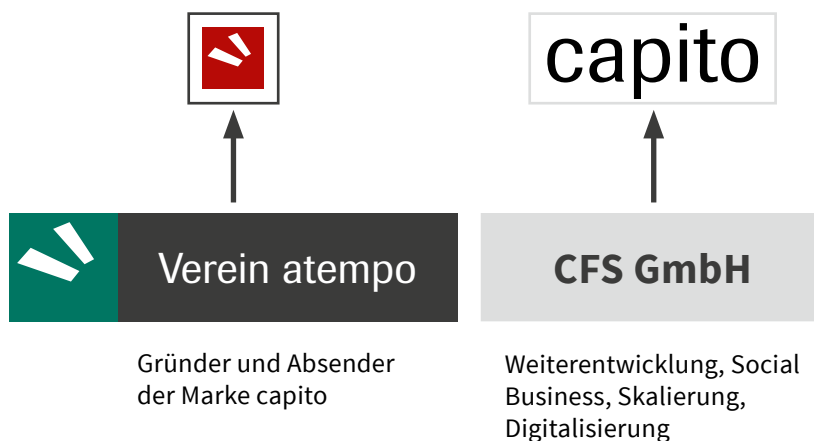
19 Social-Franchise-Partnerorganisationen in Österreich, Deutschland und der Schweiz voran. Darüber hinaus wenden weitere 57 unterschiedliche Organisationen capito für ihre eigene Kommunikation intern an und sind mit dem capito Netzwerk als sogenannte Qualitätspartner verbunden. Solche Qualitätspartner sind beispielsweise gemeinnützige NGOs, aber auch Behörden-Abteilungen oder Behinderten-Beauftragte. Auch diese Partnerschaften tragen zur Veränderung der Gesellschaft bei.

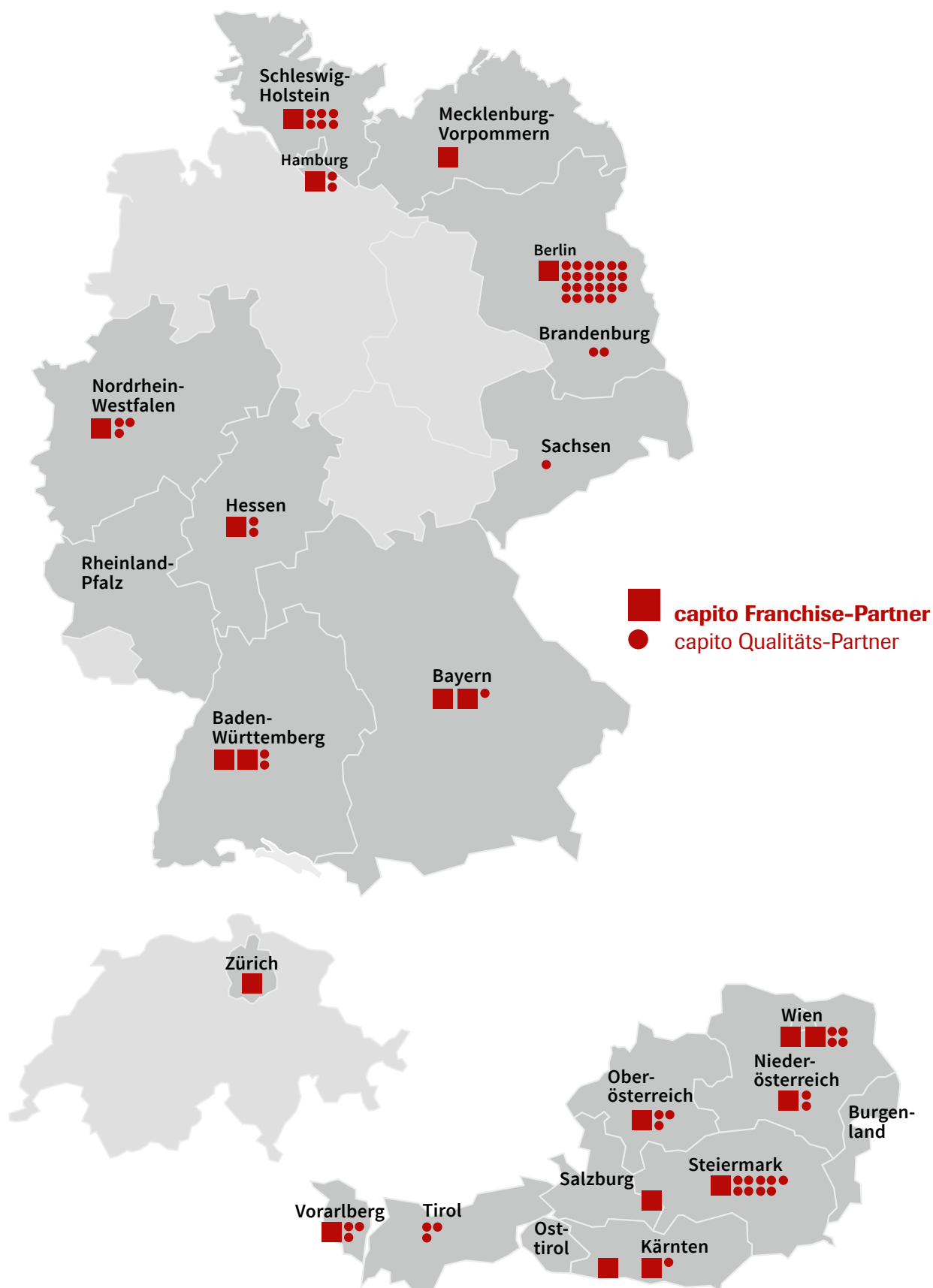
Die Franchise-Partner*innen von capito sind rechtlich und wirtschaftlich eigenständige Organisationen oder Personen. Sie erhalten zu Beginn ihrer Partnerschaft mit capito einen ausführlichen Know-How-Transfer und vertreten capito regional am Markt oder treten als Sales-Partner*innen überregional für das capito Netzwerk auf. Mit Ende 2020 beteiligen sich 10 Organisationen als Entwicklungspartner an der Entwicklung der künstlichen Intelligenz für automatisiertes Übersetzen. Sie steuern

Übersetzungen bei und beteiligen sich an den Kosten für die technologische Entwicklung.

capito wird mittlerweile von vielen Kund*innen, deren Fokus gar nicht mehr auf dem alleinigen Erreichen von Menschen mit Lernschwierigkeiten liegt, als Marke und Methode für Informationsgestaltung geschätzt. Dennoch bleibt capito dem „Absender atempo“ verbunden und bezieht daraus Kraft und Orientierung für die weitere Entwicklung der sozialen Wirkung.

capito ist Gründungsmitglied des Netzwerks „Leichte Sprache“ und engagiert sich in verschiedenen Netzwerken und Verbänden, unter anderem im Social Entrepreneurship Network Austria (SENA), im Franchiseverband und Ethikbeirat für Franchising, im Senat der Wirtschaft, in der Integrata Stiftung für humane Nutzung von Informationstechnologien, im regionalen Verband der Sozialwirtschaft Steiermark und im Social Business Club Styria.





Das capito Netzwerk im Jahr 2020



nueva

Peer-to-Peer-Befragungen zur
Qualität von Einrichtungen für
Menschen mit Behinderungen

B

2. Das gesellschaftliche Problem und der Lösungsansatz

2.1 Das gesellschaftliche Problem

Menschen mit Behinderungen haben nur eingeschränkte Möglichkeiten, ihr Leben selbst zu bestimmen. Dies betrifft besonders sogenannte „geistig“ behinderte Menschen (nueva spricht von Menschen mit Lernschwierigkeiten) und Menschen mit schweren Behinderungen. Viele von ihnen werden in Behinderteneinrichtungen betreut, beispielsweise in Wohnheimen, Wohngemeinschaften, Förder- und Tageswerkstätten, oder von ambulanten/mobilen Assistenzdiensten unterstützt. Sowohl die Anbietenden als auch die Kostenträger*innen und die Betroffenen sehen einen hohen Entwicklungsbedarf in Bezug auf die Nutzungsqualität und Wirkung dieser Einrichtungen auf die einzelnen betreuten Menschen.

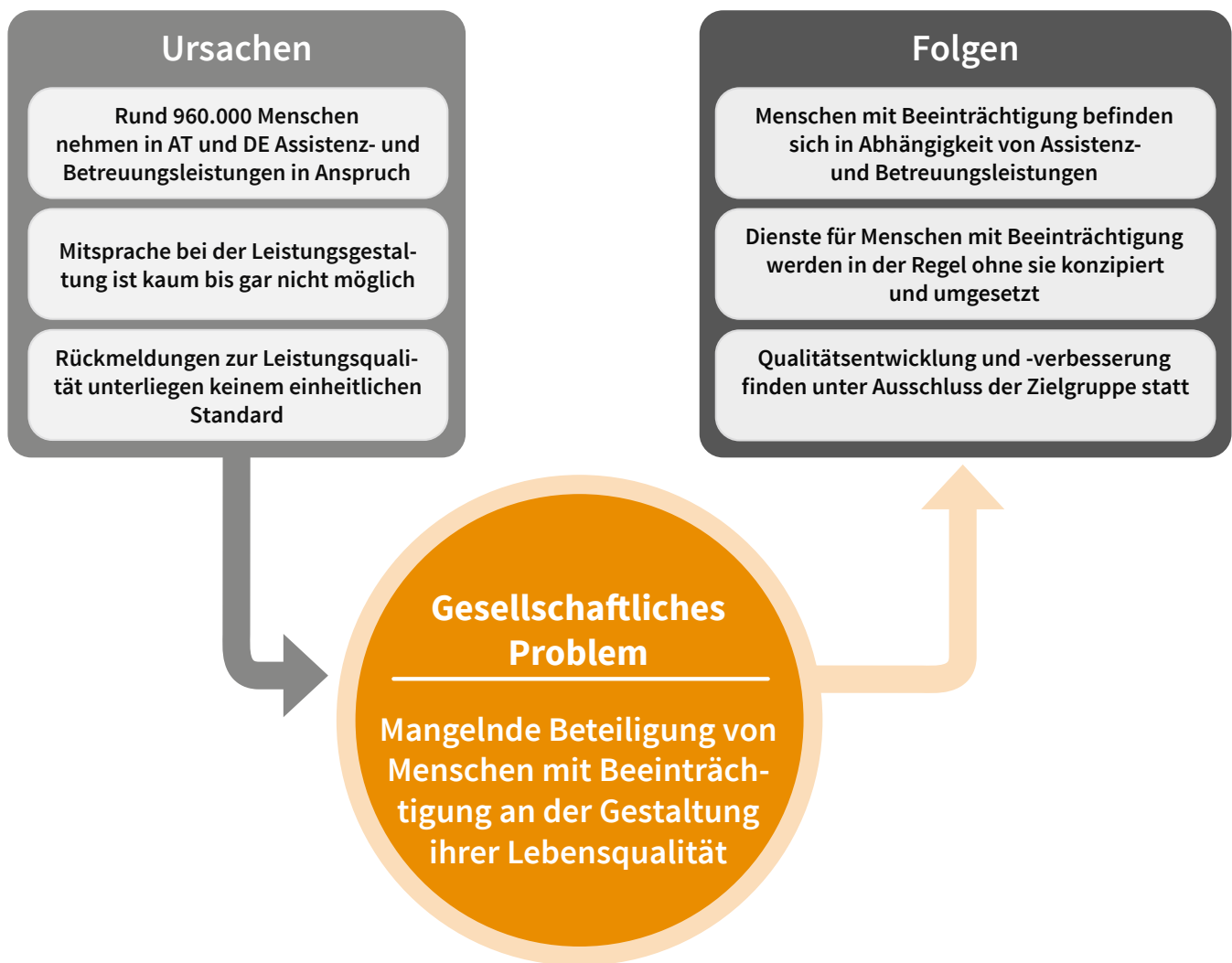
Besonders die Sichtweise der betroffenen Menschen kommt zu kurz. Denn Menschen mit Lernschwierigkeiten und Behinderung haben im sogenannten „Dreieck sozialer Dienstleistungen“ die schwächste Position. Sie können sich weniger gut artikulieren als die Behörden und Organisationen. Und sie können komplexen fachlichen und sozialpolitischen Diskussionen oft nicht folgen. Die Europäische Kommission bezeichnet sie als „vulnerable people“. Ihre Gefährdung wiegt umso stärker, als ihnen in vielen Ländern Europas die elementarsten Rechte als Konsument*innen sozialer Dienste nur ansatzweise zugestanden werden.

Konsument*innen haben als Nutzer*innen sozialer Dienstleistungen Rechte, nämlich:

- **voice:** eine Stimme, um die eigene Meinung zur Qualität eines Produkts oder einer Dienstleistung äußern zu können, damit Verbesserungsvorschläge gehört und ernst genommen werden
- **choice:** aus verschiedenen Angeboten das Passende auswählen können
- **exit:** das Angebot wechseln und aussteigen können

Die EU-Staaten sind aufgefordert, sozial schwachen und behinderten Menschen die Möglichkeit zu geben, ihre Interessen zu vertreten und sich aktiv an der Gestaltung der Dienstleistungen und deren Bewertung zu beteiligen. Diese Beteiligung liegt auch im Interesse der Einrichtungen. Denn diesen fehlen authentische Rückmeldungen darüber, was von ihren Konzepten und Zielen bei den Nutzer*innen ankommt. Behörden als Kostenträgerinnen wiederum haben Interesse, die Mittel möglichst wirkungsvoll im Sinne der behinderten Menschen einzusetzen.

- a. 1 % der Bevölkerung sind „Personen mit dauerhaften geistigen Problemen oder Lernproblemen“.
- b. Davon nehmen in Österreich und Deutschland etwa 20 % bis 30 % eine Tages-Strukturleistung in Anspruch.
- c. Das bedeutet: Mindestens jeder fünfte Mensch mit Lernschwierigkeiten oder anderen Beeinträchtigungen ist bei seiner Lebensführung erheblich von einer sozialen Dienstleistung abhängig, und das ein Leben lang.



2.2 Bisherige Lösungsansätze

Bisherige Ansätze bringen folgende Probleme mit sich: Angehörige oder Betreuungspersonen haben andere Vorstellungen von Qualität als die behinderten Menschen selbst. Es wird häufig **über** sie gesprochen statt mit ihnen. Ihre Erfahrungen und Expertisen als Nutzer*innen werden nicht berücksichtigt. Zufriedenheit allein gibt keine Aufschlüsse über Output und Outcome und lässt auch keine Vergleichbarkeit hinsichtlich der Qualität zu.

2.3 Der Lösungsansatz

2.3.1 Leistungen (Output) und direkte Zielgruppen

Menschen mit Lernschwierigkeiten und Behinderungen werden als Expert*innen für ihr eigenes Leben wahrgenommen und sind Teil des Qualitätsmanagement-Teams. Ihre Sichtweise wird bei der Entwicklung und Bewertung von sozialen Dienstleistungen ernst genommen. Der soziale Status von Menschen mit Lernschwierigkeiten und Behinderungen wird aufgewertet. Sie bestimmen selbst, wie Dienstleistungen für sie gestaltet sind und welche sie in Anspruch nehmen. Qualitäts- und Leistungsentwicklung werden partizipativ.

Die einzelnen Leistungen sind:

- Nutzer*innen von Assistenz- und Betreuungsleistungen definieren im Rahmen von Qualitätszirkeln gemeinsam mit dem Fachpersonal die Standards.
- Nutzer*innen geben auf Peer-Ebene Rückmeldung zur Qualität der Dienstleistungen.
- Nutzer*innen diskutieren Evaluationsergebnisse und entscheiden mit, wo Veränderungen vorzunehmen sind und wie diese auszugestalten sind.
- nueva schafft Arbeitsplätze mittels Qualifizierung von Nutzer*innen zu nueva Evaluator*innen.
- Verbreitung der Methode und des Know-hows von nueva im deutschsprachigen Raum und Koordination von Social-Franchise- und Qualitätspartnerschaften, Lehrgängen und Workshops.
- Digitalisierung des Verfahrens, um mehr Nutzer*innen einbinden zu können.

Kund*innen und Zielgruppen

Die Auftraggeberinnen von nueva sind Organisationen im sozialen Feld und Behörden mit dem Ziel der Qualitätssicherung und -entwicklung sowie deren Nutzer*innen von Assistenz- und Betreuungsleistungen. Die direkt ins Verfahren eingebundene Zielgruppe sind Menschen mit unterschiedlichen Beeinträchtigungen auf dem Weg zu inklusiven Arbeitsplätzen. Sie arbeiten in den nueva Betrieben als Fachkräfte.

2.3.2 Intendierte Wirkungen (Outcome/ Impact) auf direkte und indirekte Zielgruppen

Outcome

- Qualitätssicherung und -entwicklung findet evidenzbasiert im Rahmen partizipativ ausgerichteter Forschung statt.
- Entwicklungs- und Entscheidungsprozesse werden durch das Momentum der Beteiligung neu verstanden. Empowerment, Mitbestimmung und Teilhabeprozesse werden angeschoben.
- Organisationen und Mitarbeiter*innen eignen sich das Know-How für partizipatives Qualitätsmanagement an. Veränderungen und Verbesserungen von Dienstleistungen finden teilhabeorientiert statt.
- finanzielle Besserstellung durch Arbeitsplätze für nueva Fachkräfte mit Behinderungen.
- Höherer sozialer Status als Expert*innen durch Ausbildung für nueva Fachkräfte.

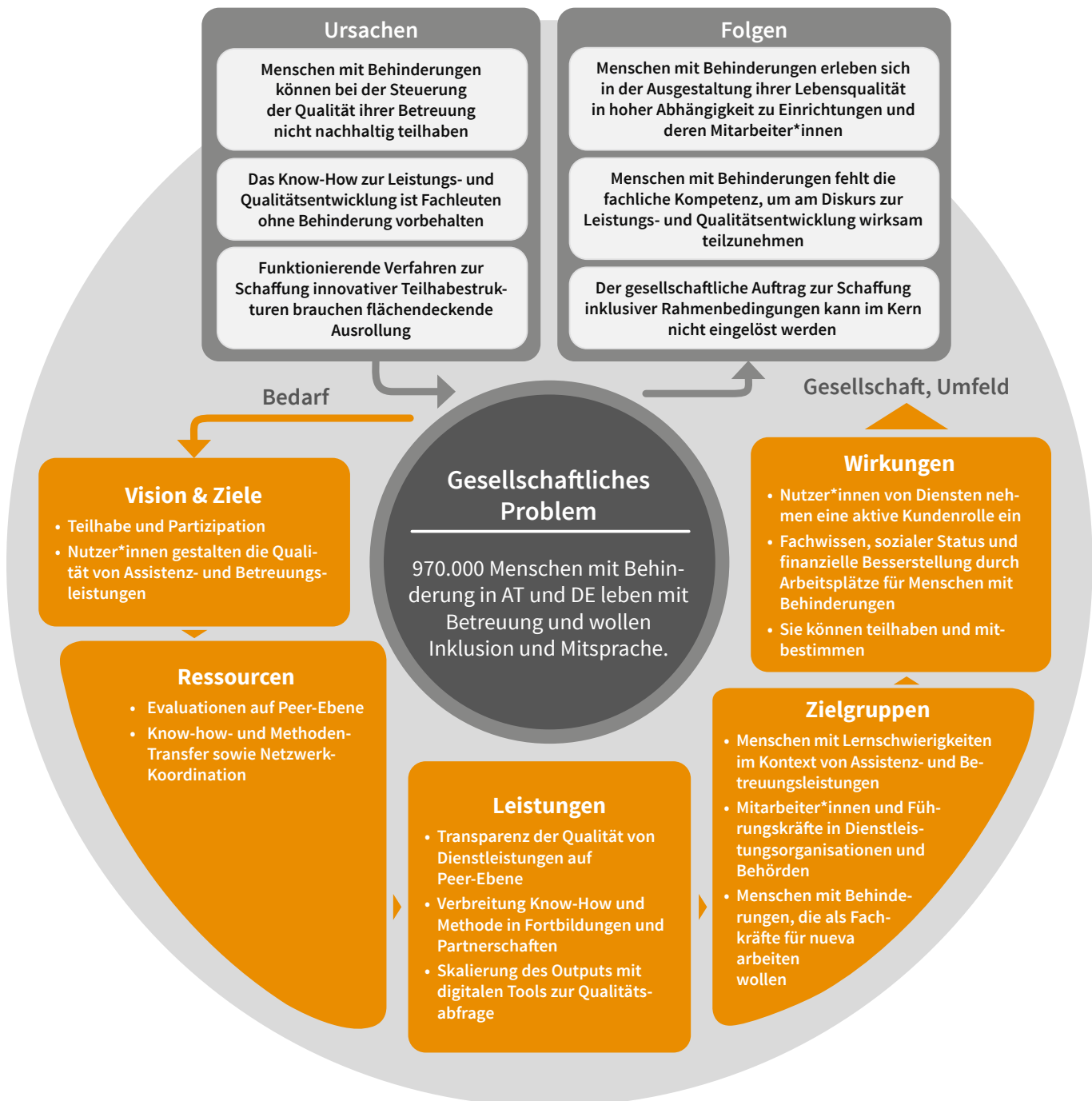
Impact

- Anforderungen aus gesetzlicher Sicht werden wirkungsvoll und nachhaltig umgesetzt.
- Gesellschaftliche Ansprüche auf Teilhabe und Inklusion werden eingelöst. Organisationen verbessern ihre Dienstleistungen. Disziplinen aus Wissenschaft und Forschung öffnen sich und erleben neue Dimensionen der partizipativen Forschung.

Wir konzentrieren unseren sozialen Wirkungsanspruch vorrangig auf Menschen mit Lernschwierigkeiten. Organisationen und Behörden,

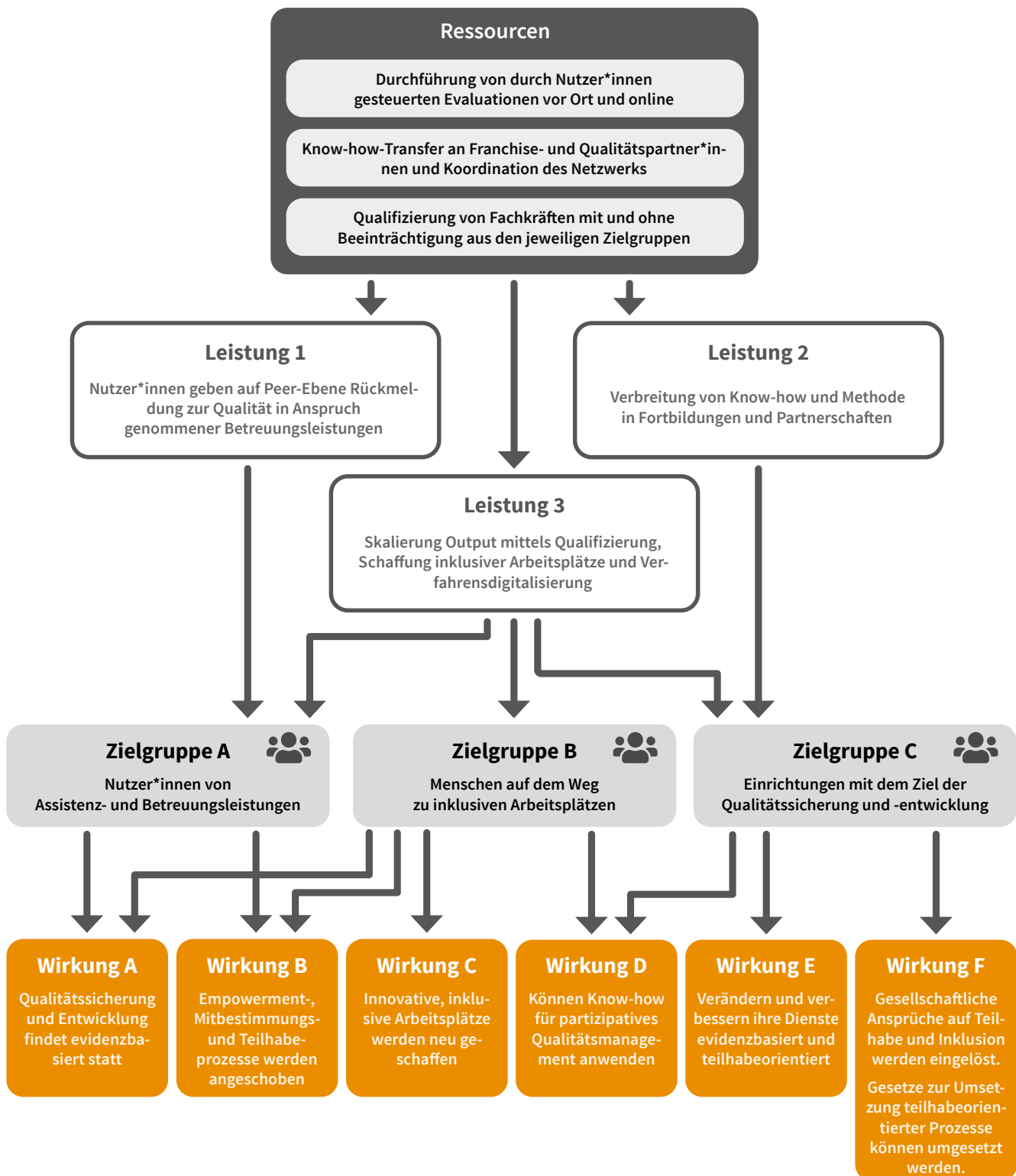
die soziale Dienstleistungen für Menschen mit Behinderungen anbieten oder behördlich verantworten, sind unsere zweite Zielgruppe.

Darstellung der Wirkungslogik



B

nueva



B

nueva

3. Ressourcen, Leistungen und Wirkungen im Berichtszeitraum

3.1 Eingesetzte Ressourcen

Input:

- aktiver Kontaktaufbau zu Einrichtungen und Nutzer*innen sozialer Dienstleistungen durch dafür geschulte Teams
- Durchführung von Fort- und Weiterbildungen mit dem Ziel der Verbreitung von Know-how und Methoden
- Qualifizierung von Personen mit Betreuungs- und Assistenzbedarf auf der Peer-Ebene in allen Prozessschritten
- Bereitstellung von Fachpersonal zur Durchführung von Evaluationen, von Trainings und Schulungen
- Vernetzung und Ausbau des nueva Netzwerkes

- Softwareentwicklung und Testung digitaler Befragungstools (nueva Online Befragungstool) und digitaler Befragungsmethoden (Live-View-Interviews)
- Bereitstellung von Personal- und Sachaufwand für Kommunikation, Marketing, Sales und Management

Über alle nueva Partner*innen wurden 2020 rund 2,1 Mio. Euro an Personal- und Sachkosten eingesetzt. 87 Mitarbeitende waren an 9 nueva Standorten in Österreich und Deutschland im Einsatz. In den vergangenen drei Jahren ist die Anzahl der Mitarbeitenden um 3,5 % gestiegen, umgerechnet in Vollzeitstellen ist der Personaleinsatz aber leicht gesunken.

Jahr	Mitarbeitende	Vollzeitäquivalente	Einsatz in tausend Euro
2018	84	53	1.957
2019	88	49	2.308
2020	87	48	2.100
Veränderung	3,5 %	-10 %	7 %

Erbrachte Leistungen (Output)

2020 hat nueva im Rahmen von 406 unterschiedlichen Projekten insgesamt 9.687 Menschen erreicht. 99 Projekte davon waren Evaluationsprojekte, bei denen 4.220 Nutzer*innen sozialer Dienste zur Qualität der Leistung befragt wurden. Über 500 Nutzer*innen haben im Rahmen von Qualitätszirkeln Standards für Assistenz- und Betreuungsleistungen definiert. 360 Personen haben an nueva Workshops, Fortbildungsangeboten, Schulungen,

Coachings- und Beratungsangeboten teilgenommen. Das nueva Netzwerk steht stabil bei 9 Partnerschaften. Zusätzlich wurden 10 Partnerorganisationen in die Anwendung des nueva Online Befragungstools eingebunden. Im nueva Netzwerk wurde 2020 ein Umsatz von 2,3 Mio. Euro erwirtschaftet. Eine beeindruckende Zahl, berücksichtigt man, dass hier 80 % der Fachmitarbeiter*innen aus der Zielgruppe kommen. Corona bremste aber auch nueva, sodass der Umsatz 2020 deutlich unter jenem von 2019 liegt.

B

nueva

Erreichte Wirkungen (Outcome/Impact)

Den Outcome wollen wir einerseits bei den nueva Evaluator*innen festmachen, andererseits bei der zunehmend wachsenden Beteiligung von Organisationen und deren Nutzer*innen von Assistenz- und Betreuungsleistungen. Mit wachsender Professionalität erwerben sich nueva Mitarbeitende mit Beeinträchtigung Fähigkeiten und Kenntnisse, die nachhaltig zur Steigerung ihres Selbstbewusstseins beitragen. Diese Entwicklung tragen die Mitarbeitenden in einer stetig zunehmenden Zahl an auftraggebende Organisationen heran und vermitteln dort neue Bilder der Fähigkeiten von Menschen mit Beeinträchtigungen.

Steigende Zahlen an nueva Workshops und Lehrgängen lassen darauf schließen,

dass mit nueva Bilder transportiert werden, die das Interesse der Öffentlichkeit berühren. Insbesondere bei Projekten rund um das Thema Teilhabe und Inklusion wird nueva als Übermittler fördernder Gedanken und Arbeitsmethoden zu Partizipation eingebunden. Die Anzahl der neu auszubildenden Mitarbeitenden bzw. Interessent*innen in den nueva Betrieben nimmt stetig zu. 2020 wurden 8 Mitarbeiter*innen mit Behinderung ausgebildet. Ergänzend zum „alltäglichen“ Geschäft wurde über diverse Entwicklungsprojekte das Thema Digitalisierung in zahlreiche Organisationen getragen. Diese Form der Sensibilisierung hat einige Unternehmen motiviert, ihr technisches Equipment aufzurüsten, um mehr Personen aus dem Assistenz- und Betreuungsbereich die Teilhabe zur ermöglichen.

Darstellung der Ressourcen, Leistungen und Wirkungen im Berichtszeitraum

Überblick Ressourcen, Leistungen, Outcome	Jahre		
Ressourcen	2018	2019	2020
Mitarbeitende	84	88	87
Ausgaben in tausend Euro	1.957	2.308	2.100
Leistungen	2018	2019	2020
Evaluationsprojekte	70	99	406
Qualitätszirkel	27	63	78
Workshops, Coaching, Beratung	52	73	75
PR-Aktivitäten	45	55	60
gesamt	194	290	619
Wirkungen (erreichte Personen)	2018	2019	2020
Evaluationsprojekte	3.109	4.162	2.373
Qualitätszirkel	621	2.074	1.100
Workshops, Coaching, Beratung	2.855	1.935	1.250
PR-Aktivitäten	5.412	15.443	7.500
gesamt	11.997	23.614	12.223

3.4 Maßnahmen zur begleitenden Evaluation und Qualitätssicherung

nueva hat einen für alle Partner*innen verbindlichen Qualitätsstandard entwickelt. Das Kernstück ist ein Prüfverfahren gemäß prozessorientiertem Qualitätsmanagement. Damit werden hinsichtlich Qualitätssicherung und -entwicklung alle Ebenen der Leistungserbringung abgedeckt. Auftraggebende werden zu allen Umsetzungsschritten hinsichtlich ihrer Zufriedenheit mit der Leistung befragt. Jährlich werden 5 Evaluationsprojekte im Rahmen einer im Netzwerk installierten Qualitätsprüfgruppe entlang vordefinierter Kriterien überprüft. Auf Netzwerkebene nehmen die Partner*innen jährlich an 1- bis 2-tägigen Audits teil.

3.5 Vergleich zum Vorjahr: Grad der Zielerreichung, Lernerfahrungen und Erfolge

Corona hat 2020 auch für nueva zu einem besonderen Jahr gemacht. Zwar wurden mehr Evaluationsprojekte als je zuvor durchgeführt, diese waren jedoch deutlich kleiner, und vor allem konnten wir nur viel weniger Menschen involvieren.

nueva zeigt über die Jahre hinweg einerseits ein kontinuierliches Wachstum in Bezug auf die Franchisepartnerschaften und gleichzeitig auch eine hohe Stabilität im Netzwerk. Auch 2020 wurde kein Ausstieg verzeichnet. Mit steigender Anzahl der Partnerschaften wächst die Bekanntheit am Markt und damit auch die Anzahl der verkauften Dienstleistungen. Hohes Augenmerk legen wir auf die Schaffung von Facharbeitsplätzen für Menschen mit Behinderungen. Hier verzeichnet nueva einen Zuwachs von rund 4 % in den vergangenen drei Jahren.

Die Marktentwicklung zeigt sich erfolgreich. Zuwächse an erbrachten Leistungen und erreichten Personen seit 2017 liegen prozentuell im dreistelligen Bereich. Das ermöglichte den Betrieben, ihren Stand an Mitarbeitenden auszubauen bzw. zeigt das Wachstum des Netzwerkes.

Ein weiterer Meilenstein wurde durch den Start des Online-Befragungstools als Entwicklungsprojekt gesetzt. Damit wird das nueva Evaluationsangebot um ein niederschwelliges Angebot erweitert. Der Einstieg in die Methodik von nueva soll erleichtert und damit sollen auch die Marktanteile erhöht werden.

4. Planung und Ausblick

4.1 Planung und Ziele

Für 2021 setzt nueva anhaltend auf die Implementierung des Online-Befragungstools und die Qualifizierung der Mitarbeitenden in der Anwendung digital gestützter Evaluationsmethoden. Mit dem Einsatz digitaler Evaluationsinstrumente strebt nueva ab 2021 einen deutlichen Zuwachs an Evaluationsprojekten an. 2020 wird weiterhin der Entwicklung zu widmen sein und dem ersten Einsatz der Beta-Version.

Für den Ausbau des Netzwerkes ist vorgesehen, eine neue Partnerschaft zu gewinnen. Die Vorgespräche dazu laufen bereits.

4.2 Einflussfaktoren: Chancen und Risiken

Die Forschung und Entwicklung zu digitalen Befragungstools ist aufwändig – sowohl zeitlich als auch finanziell.

Es braucht entsprechendes Fachpersonal und ausreichend Ressourcen in der laufenden Konzeption und Testung. Der Markt an Online-Tools ist grundsätzlich gut bedient, damit muss das nueva Online-Befragungstool auch eine USP vorweisen, die uns deutlich vom Wettbewerb abhebt. Gute Chancen im Vertrieb sehen wir durch

unser breit angelegtes Netzwerk in der Szene. Hunderte Organisationen zählen wir heute schon zu unseren Kundinnen. Heute sehen wir berechnete Möglichkeiten, über den Einstieg bei bestehenden Kund*innen auch einen Zugang zu deren Netzwerken zu bekommen.

5. Organisationsstruktur

5.1 Organisationsstruktur

nueva wurde in den Jahren 2001 bis 2004 vom gemeinnützigen Verein „atempo zur Gleichstellung von Menschen“ erfunden und entwickelt. Ausgangspunkt für nueva war die Erkenntnis, dass Menschen mit Lernschwierigkeiten ihre Lebensqualität erhöhen können, wenn sie auf die Gestaltung von Assistenz- und Betreuungsleistungen stärkeren Einfluss gewinnen.

Ziel des Vereins atempo war von Beginn an, nueva mit einem „Social Business Geschäftsmodell“ nachhaltig zu finanzieren und zu skalieren. Der Verein atempo ist Besitzer der Marke nueva und „Hüter“ der mit dieser Marke verbundenen Werte beziehungsweise ideeller Garant für deren Einhaltung.

Ab dem Jahr 2005 hat das Sozialunternehmen „CFS, Consulting, Franchise & Sales GmbH“ die Aufgabe übernommen, nueva auf Basis des Wertekanons von atempo als marktfähige Dienstleistung weiterzuentwickeln und in einem Social-Franchise-System zu skalieren. Die CFS GmbH hat ein exklusives Recht zur Nutzung der Marke nueva und bezahlt dafür jährlich Lizenzgebühren an den Verein. Mit diesem Beitrag unterstützt die nicht gemeinnützige CFS GmbH den gemeinnützigen Zweck des Vereins atempo.

Nach der schwierigen Phase in der Entwicklung des nueva Netzwerks zwischen 2005 und 2011 konnte das Social Franchisesystem sich mit Hilfe des Investments von BonVenture ab 2012 professionalisieren und wachsen. Franchisepartner von nueva sind Betriebe mit 6-15 Mitarbeitenden mit Behinderungen, die mindestens 2 Jahre Ausbildungszeit benötigen. nueva Betriebe sind in hohem Maße inklusiv organisiert.



5.2 Partnerschaften, Kooperationen und Netzwerke

nueva wird in Social-Franchise-Partnerschaften und Kooperationen skaliert. Die CFS GmbH ist Franchisegeberin und treibt die Entwicklung gemeinsam mit 6 Social-Franchise-Partnerorganisationen und 4 Qualitäts-Partner*innen in Österreich und Deutschland voran.

Die Franchise-Partner*innen von nueva sind rechtlich und wirtschaftlich eigenständige Organisationen oder Personen. Sie erhalten zu Beginn ihrer Partnerschaft mit nueva einen ausführlichen Know-how-Transfer und vertreten nueva regional am Markt.

nueva ist Mitglied in der Deutschen Gesellschaft für Evaluation e.V. (DeGEval)



Das nueva Netzwerk im Jahr 2020

B

nueva





ava

Online-Plattform
für Assistenz

B

2. Das gesellschaftliche Problem und der Lösungsansatz

2.1 Das gesellschaftliche Problem

Rund 20 % der Menschen in Österreich, das sind 1,7 Millionen, haben laut letztem Bericht der Bundesregierung über die Lage der Menschen mit Behinderungen in Österreich eine dauerhafte Behinderung.¹ Etwa ein Drittel dieser Menschen benötigt aufgrund von Behinderung regelmäßig Assistenzleistungen zur Bewältigung des Alltags.

Die Forderungen von Menschen mit Behinderungen und Lernschwierigkeiten nach einer selbstbestimmten Gestaltung des eigenen Lebens werden immer lauter. Jedoch hat nur ein Bruchteil Zugang zu selbstbestimmter Assistenz. Die Suche nach der richtigen Assistenzperson ist oft zeitaufwändig und mühsam, die Organisation von Assistenz und die korrekte bürokratische Abwicklung sind herausfordernd. Viele Menschen mit Behinderungen und Lernschwierigkeiten sind mit den organisatorischen Belangen überfordert.

So können nur 3,5 Promille der Menschen mit Assistenzbedarf in Österreich außerhalb von institutionellen Strukturen selbstbestimmte Assistenz in Anspruch nehmen. Wer die administrativen Kompetenzen nicht mitbringt oder nicht ausreichend bei der Assistenzsuche und -koordination unterstützt wird, wird in der gesellschaftlichen Teilhabe, Selbstbestimmung und Unabhängigkeit erheblich eingeschränkt. Dementsprechend unbekannt ist auch der Beruf „Assistenz“, und geeignete Assistenzpersonen sind schwer zu finden.

2.2 Bisherige Lösungsansätze

Die unterschiedlichen Formen der Assistenz werden je nach Art der Finanzierung unterschiedlich organisiert. In den meisten Fällen administriert ein Assistenz-Dienstleister die Suche, das Personalwesen und fallweise die Termine von Assistenzleistungen.

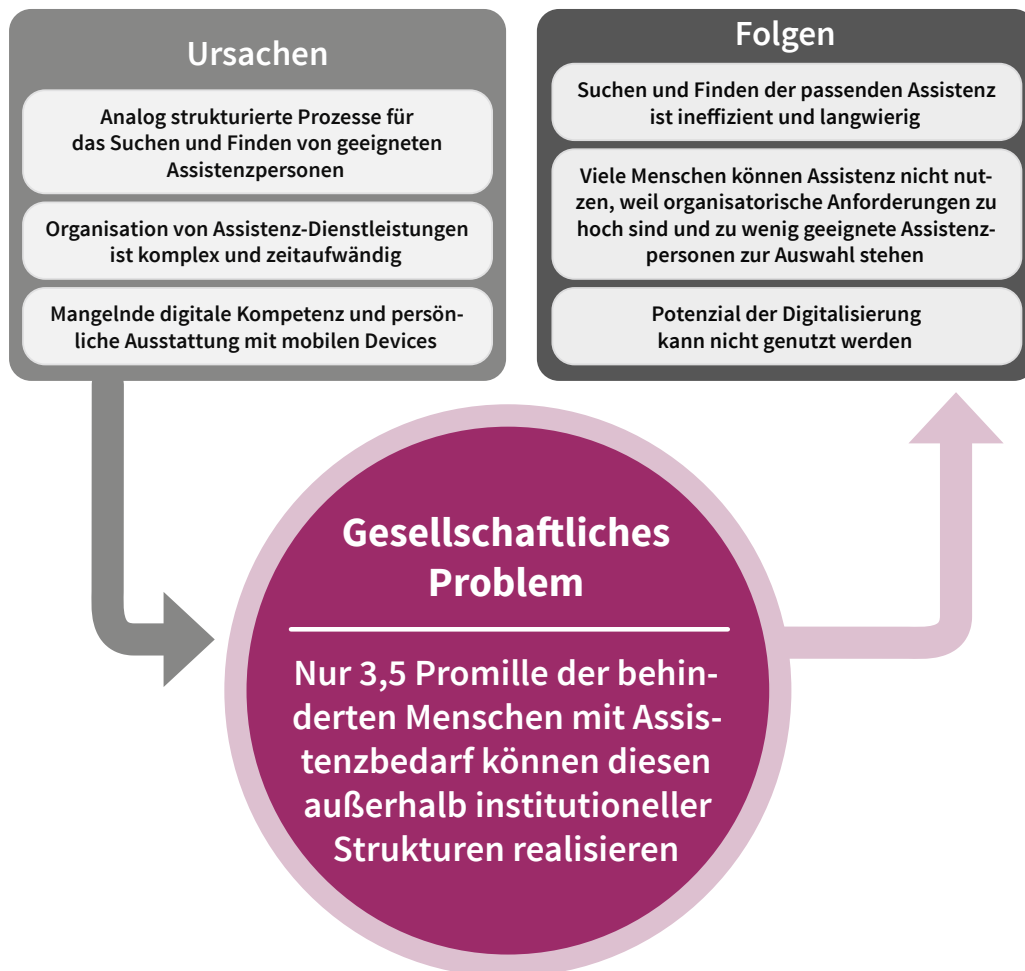
Eine Besonderheit bildet das Persönliche Budget für Persönliche Assistenz. Hier verfügt die behinderte Person über das Assistenzbudget und kann die Dienstleistung selbst organisieren. In den verschiedenen Ländern und Bundesländern werden folgende unterschiedliche Organisationsmodelle gelebt.

2.2.1 Autonome Organisation von Persönlicher Assistenz

In diesem Fall suchen und administrieren Menschen mit Behinderungen als Arbeitgeber*innen so eigenständig und selbstbestimmt wie möglich ihre Assistenz. Sie müssen sich über die komplexen Bedingungen zur Abwicklung des Budgets und arbeits- und sozialversicherungsrechtlichen Rahmenbedingungen informieren und informiert bleiben.

Für viele Auftraggeber*innen stellt sich vor allem zu Beginn der Assistenz-Nutzung die Frage, wo und wie die passende Assistenz gefunden werden soll. Die Suche nach Persönlichen Assistent*innen beinhaltet die Veröffentlichung eines Arbeitsangebotes mit allen damit verbundenen Aktivitäten (Ausschreibung auf entsprechenden Plattformen oder Aushängen, Prüfen von Bewerbungen, Interviewführung mit Kandidat*innen, Vertragserstellung und Arbeitsrechtliches, Lohnauszahlung) und

¹Bericht der Bundesregierung über die Lage der Menschen mit Behinderung, aktualisiert am 8. Oktober 2019. <https://www.sozialministerium.at/Themen/Soziales/Menschen-mit-Behinderungen/Bericht-der-Bundesregierung-ueber-die-Lage-der-Menschen-mit-Behinderung.html>



ist zu großen Teilen analog gestaltet. Die private Post-, E-Mail-Adresse oder Telefonnummer wird herausgegeben, Bewerbungen werden ausgedruckt und abtelefoniert. Erst ein Kennenlernen zeigt, ob die Person ins Assistenzteam passt. Dies kann mit erheblichem Aufwand verbunden sein, denn in den meisten Fällen werden mehrere Assistenzpersonen für eine auftraggebende Person tätig.

Die Organisation von Assistenz-Diensten erfolgt häufig analog und mit Hilfe traditioneller Werkzeuge wie Kalender und Telefon. Die lückenfreie Abdeckung des Unterstützungsbedarfs mit einem Team an Assistenzpersonen und die immer wieder kurzfristig notwendigen Änderungen bei Ausfall, Krankheit oder Terminkollisionen sind – bedingt durch das Fehlen eines integrierten Organisationswerkzeuges – zeitaufwändig und herausfordernd.

Die Abrechnung der Persönlichen Assistenz liegt ebenfalls in der Verantwortung der auftraggebenden Person. Abhängig davon, wie technikaffin die Auftraggeber*innen sind, können digitale Werkzeuge wie Tabellenkalkulationen, Berechnungsprogramme für die Arbeitszeiterfassung und Gehaltsabrechnung dabei helfen, den Administrationsaufwand zu minimieren.

2.2.2 Organisation über Trägereinrichtungen

Abhängig vom Bundesland wird Assistenz optional oder verpflichtend über Trägerorganisationen organisiert. Dies umfasst die Suche, das Matching und die Administration von Assistenzpersonen. Menschen mit Behinderungen erhalten mit diesen Serviceleistungen Unterstützung bei zeitaufwändigen Aufgaben, werden dabei aber tendenziell in ihrer Selbstbestimmung eingeschränkt:

- Trägerorganisationen können nur Zugang zum eigenen Assistenzpool bieten. Dies führt zu einer künstlichen Verknappung des potenziellen Assistenzangebotes. Freie Kapazitäten anderer Organisationen können nicht verwendet werden.
- Menschen mit Behinderungen haben oft keinen oder nur geringen Einfluss auf die Auswahl bzw. auf die Zuteilung von konkreten Assistenzpersonen.
- Trägerorganisationen sind meist nur zu Büroöffnungszeiten erreichbar – Assistenz-Dienstleistungen finden aber auch nach 17 Uhr und am Wochenende statt.
- Auch für Trägerorganisationen stellt es eine Herausforderung dar, kurzfristig Ersatz beim Ausfall von Assistenzpersonen durch Krankheit oder Unfall zu gewährleisten – vor allem außerhalb der üblichen Büro- oder Dienstzeiten.
- Viele Prozesse rund um die Planung, Organisation und Durchführung von Persönlicher Assistenz sind auch bei Trägerorganisationen nicht digitalisiert oder automatisiert, sondern analog und damit langwierig und fehleranfällig.

2.2.3 Mischvariante

In einigen Bundesländern ist es möglich, trägergebundene und autonom organisierte Assistenzpersonen in einem Team zu kombinieren.

2.2.4 Fazit

Anhand des Beispiels der Persönlichen Assistenz wird nachvollziehbar, dass die Suche und Organisation von Assistenz einiges an Kompetenzen und zeitlichen Ressourcen erfordert. Viele Menschen können Assistenz-Dienstleistungen

nicht autonom organisieren, weil die Administrierung unter den gegebenen Bedingungen für sie nicht machbar erscheint. Das Potenzial der Digitalisierung für niederschwellig eigenständig bewältigbare Prozesse wird nicht genutzt. Wird die Assistenz-Dienstleistung über Trägerorganisationen bezogen, ist nicht gewährleistet, in allen Belangen selbstbestimmt entscheiden zu können.

Menschen, die diesen hohen Aufwand nicht selbst bewältigen können, sind von dieser selbstbestimmten Form der Unterstützung ausgeschlossen.

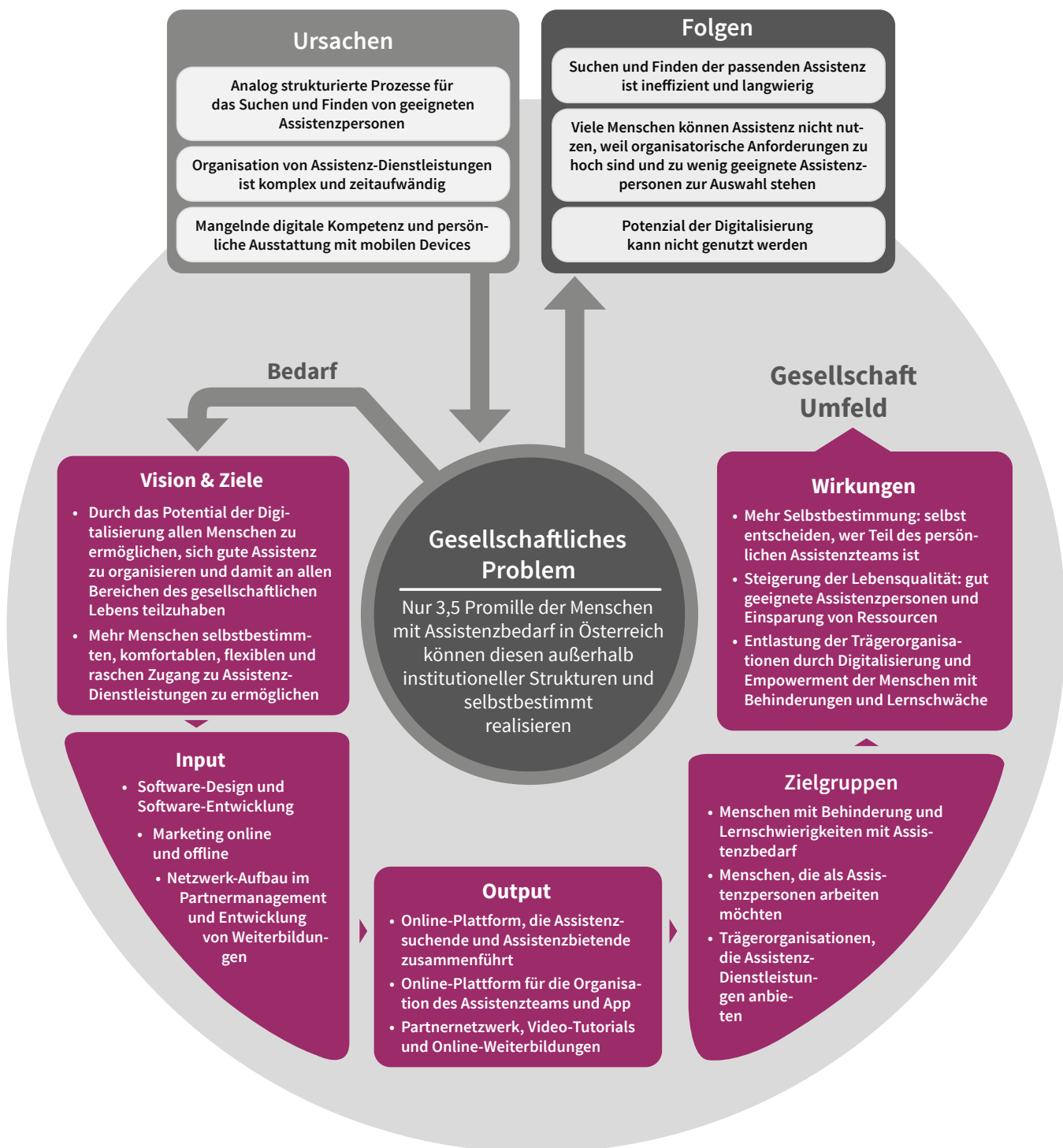
2.3 Der Lösungsansatz

2.3.1 Leistungen (Output) und direkte Zielgruppen

Um den Mangel an geeigneten Assistenzpersonen zu beheben, bietet ava Online-Schulungsangebote, Coaching und Mentoring für Personen, die sich für den Assistenzberuf interessieren.

Mit ava wird ein digitaler Marktplatz für die Organisation von Assistenzleistungen geschaffen, zu dem alle drei Akteursgruppen (Menschen mit Assistenzbedarf, Assistenzpersonen und Assistenz-Dienstleister) niederschweligen Zugang haben. ava ermöglicht mehr Selbstbestimmung, Individualität und Flexibilität durch folgende Leistungen:

Darstellung der Wirkungslogik



ava Online-Plattform für das Zusammenführen von Assistenzsuchenden und Assistenzbietenden

ava bietet eine digitale Plattform, auf der das Angebot und die Nachfrage von Assistenz-Dienstleistungen effizient zusammengeführt werden. Über eine einfache, barrierefreie Suche können registrierte Menschen mit Behinderungen automatisiert passende Assistenzpersonen für die von ihnen gewünschte Assistenz-Form suchen und finden.

ava App für die Organisation und Dokumentation von Assistenzleistungen

Sobald sich eine assistenzsuchende und eine assistenzbietende Person gefunden haben, ermöglicht die ava Plattform bzw. ava App die einfache Verwaltung der Daten, Terminvereinbarung und Zeiterfassung. Mit der ava App können vereinbarte Termine automatisiert mobil erfasst, Arbeits- und Wegzeiten dokumentiert und von den behinderten Menschen per Unterschrift am Smartphone bestätigt werden. Alle nötigen Daten für die Abrechnung der Assistenzstunden können automatisiert in beliebige Formate exportiert und weiterbearbeitet werden. Ein digitales Notfall-Service steht bereit, sollte eine Assistenzperson kurzfristig absagen oder krank werden.

Netzwerk, Video-Tutorials, Weiterbildung für Assistenzpersonen

Trägerorganisationen für unterschiedliche Assistenzarten bilden das ava Netzwerk. Sie nutzen die ava Philosophie für Digitalisierungsschritte in ihren Organisationen und das ava Dashboard für die Organisation von Assistenz aus Träger-Perspektive.

Video-Tutorials für die unterschiedlichen Zielgruppen bieten Unterstützung für Menschen, die noch wenig Erfahrung in der Nutzung von digitalen Plattformlösungen haben.

Zielgruppen

ava unterstützt Menschen mit Behinderungen als Auftraggebende von Assistenz-Dienstleistungen, Assistenzpersonen und Menschen, die an diesem Beruf interessiert sind, sowie Trägerorganisationen, die Assistenz-Dienstleistungen anbieten.

Im Rahmen des Social Impact Bonds „Perspektive: Digitalisierung“ sind Wiedereinsteiger*innen die adressierte Zielgruppe. Sie werden über die Möglichkeiten des Assistenzberufs informiert, absolvieren Online-Weiterbildungen und werden an Assistenzsuchende und Trägerorganisationen vermittelt.

2.3.2 Intendierte Wirkungen (Outcome/ Impact) auf direkte und indirekte Zielgruppen

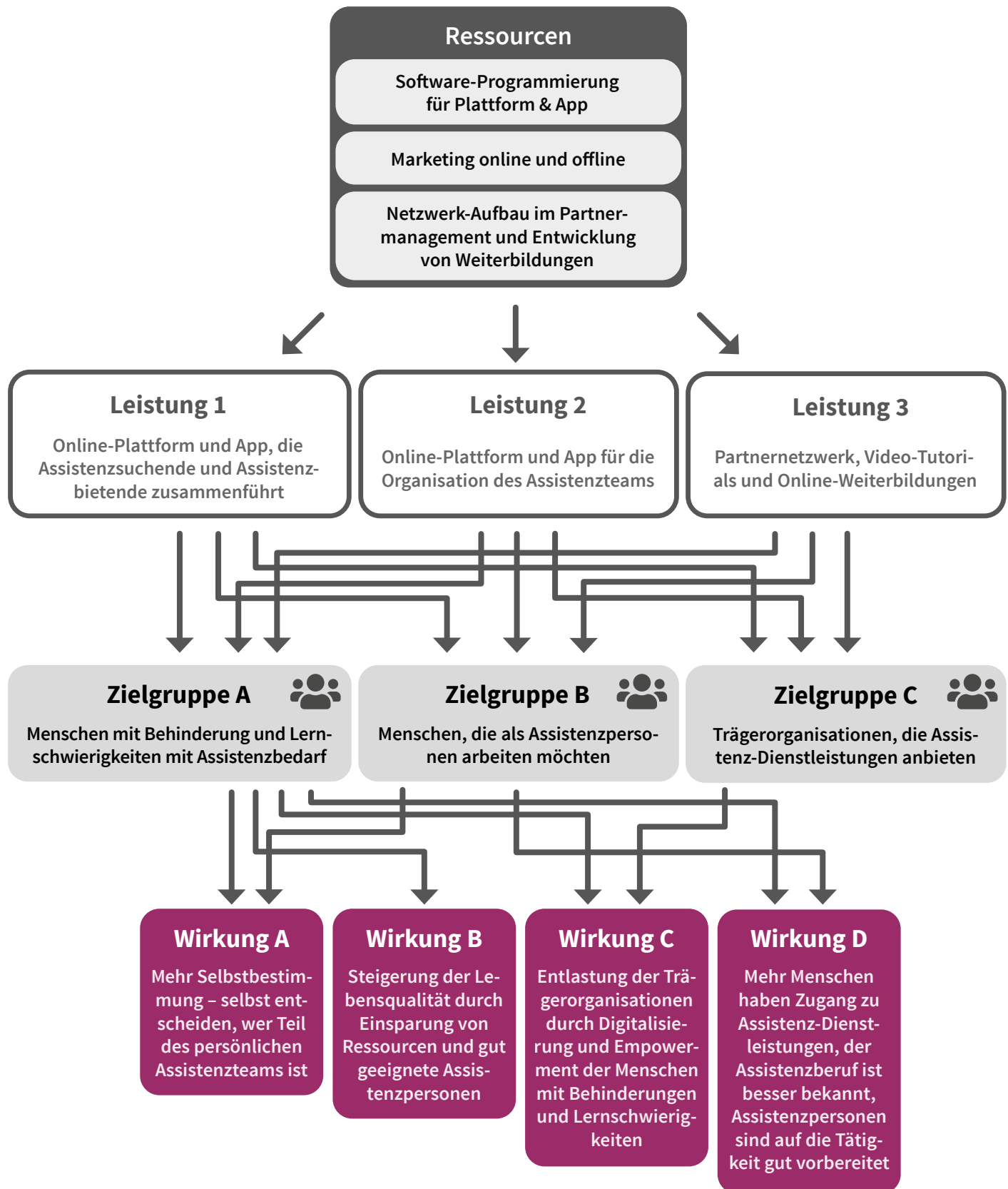
Outcome

Mehr Selbstbestimmung – selbst entscheiden, wer Teil des persönlichen Assistenzteams ist

Assistenzsuchende können auf der ava Plattform anonym und niederschwellig Personen finden, die Assistenz anbieten. Sie können anhand des automatisierten Matchings effizient die Personen finden, die tatsächlich ihren Wünschen entsprechen, ohne an Öffnungszeiten gebunden zu sein.

Steigerung der Lebensqualität durch gut geeignete Assistenzpersonen und Einsparung von Ressourcen

Die Organisation und Dokumentation von Assistenzterminen und das Notfall-Service mit der ava Plattform und der ava App geben Sicherheit und sparen Zeit. Assistenzsuchende können durch die ava Weiterbildung Personen finden, die auf die grundlegenden Anforderungen des Assistenzberufs vorbereitet sind.



Die Auswahl an geeigneten Assistenzpersonen wird durch die ava Marketing- und PR-Maßnahmen größer.

Entlastung der Trägerorganisationen durch Digitalisierung und Empowerment der Menschen mit Behinderungen und Lernschwierigkeiten

Trägerorganisationen können die ava Plattform verwenden, um ihre internen analogen Prozesse in der Planung, Organisation und Durchführung von Assistenz zu optimieren und teilweise zu automatisieren. Dabei gelingt es ihnen, ihre Pools an Assistenzpersonen weiterhin zu bedienen und den Assistenznehmenden zugleich ein Höchstmaß an Selbstverantwortung und Selbstständigkeit zu übertragen.

Impact

Mehr Menschen haben Zugang zu Assistenz-Dienstleistungen

Durch die ava Plattform erhalten mehr Menschen Zugang zu Assistenz-Dienstleistungen, weil es einfacher wird, geeignete Assistenzpersonen zu finden und das eigene Team zu organisieren.

Assistenz-Dienstleister erleben einen Kulturwandel durch die Digitalisierung. Menschen mit Assistenzbedarf werden frei von Verpflichtungen (Suche, Organisation von Terminverschiebungen, Notfallmanagement) und können ihre gewonnenen persönlichen und ökonomischen Ressourcen für andere Dinge einsetzen.

Menschen, die für den Assistenzberuf geeignet wären, werden für diese Tätigkeit gewonnen, der Beruf der Assistenz wird positiver besetzt und bekannt.

Im Social Impact Bond Projekt „Perspektive: Digitalisierung“ ergibt sich weiterer Impact, da besonders Wiedereinsteigerinnen mit geringeren Vermittlungschancen in den Arbeitsmarkt integriert werden.

Unser Land braucht Menschen, die an sich glauben.

#glaubandich

3. Darstellungen der Ressourcen, Leistungen und Wirkungen im Berichtszeitraum

3.1. Eingesetzte Ressourcen (Input)

Der Input besteht aus:

- Software-Programmierung für Plattform und App: Weiterentwicklung des Matching, der Terminplanung, des Notfall-Managements, der Zeiterfassung und der Schnittstellen zum eLearning
- Marketing online und offline, um die Zielgruppen – Menschen mit Assistenzbedarf, Assistenzpersonen und Trägerorganisationen – zu erreichen und den Assistenzberuf bekannter zu machen
- Aufbau eines Partnermanagements und Weiterentwicklung gemeinsam mit Partnerorganisationen und Vertreter*innen von Menschen mit Behinderungen in Co-Creation-Workshops

- Entwicklung Curriculum und eLearning-Programm für die Weiterbildung von potenziellen Assistenzpersonen

- Personalressourcen von 9 Mitarbeitenden, im Gesamtumfang von 4,38 Vollzeitäquivalenten

Finanziert wurden diese Leistungen durch eine Entwicklungsförderung des österreichischen Sozialministeriums (2019), eine Forschungsförderung der österreichischen Forschungsförderungsgesellschaft (FFG), Kostenbeiträge der Netzwerkpartner und den Social Impact Bond „Perspektive: Digitalisierung“ des österreichischen Sozialministeriums.

Jahr	Mitarbeitende	Einsatz in tausend Euro	Vollzeitäquivalente
2018	9	170	2,3
2019	11	280	3,31
2020	9	211	4,38

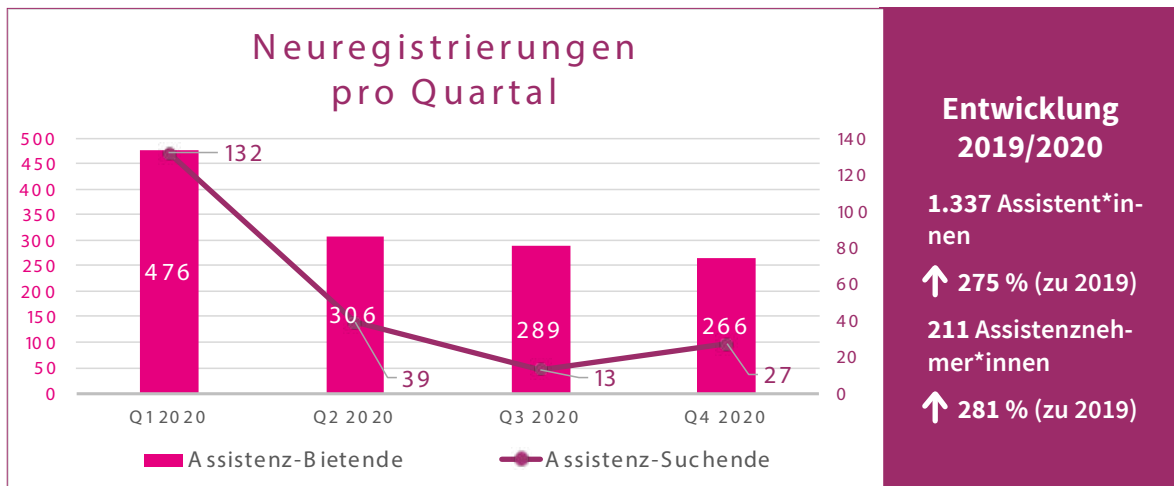
3.2 Erbrachte Leistungen (Output)

Output der Online-Plattform

Im Jahr 2020 registrierten sich 1.337 Personen für Assistenz, demgegenüber standen 211 assistenzsuchende Personen. Die Zahl der assistenzsuchenden Personen ging mit Eintritt der COVID-Pandemie

massiv zurück. Sie wird sich erst wieder erholen können, wenn Menschen mit Behinderungen sich nicht mehr vor Ansteckung durch Fremde fürchten müssen.

69 der registrierten Assistenzsuchenden organisierten zum Stichtag 31.12.2020 ihr Assistenzteam mit Hilfe der ava-Plattform.



Seit dem Start der Weiterbildungsoffensive im Q4/2020 haben sich 105 Teilnehmer*innen für die eLearning-Weiterbildung zur Persönlichen Assistenz für Menschen mit Behinderungen registriert. Seit Q4/2020 haben 233 Besucher*innen das Online-Einstiegsquiz "Passt der Assistenz-Job zu mir?" absolviert.

Output Netzwerk, Video-Tutorials, Weiterbildung für Assistenzpersonen

Mit Stichtag 31.12.2020 bestand das ava Partnernetzwerk aus 11 Trägerorganisationen in Österreich (Steiermark, Niederösterreich, Wien und Burgenland) und Deutschland. 2019 waren es 8 Trägerorganisationen. Das ava Netzwerk wird außerdem um mehrere Selbstvertretungsorganisationen, wie den Verein Wegweiser und den Verein Selbstbestimmt-Leben Steiermark, aber auch engagierten Einzelpersonen mit Behinderungen und Assistenzexpertise bereichert.

Mehr als 30 Videos über Assistenz und die Nutzung der ava stehen interessierten Personen auf der ava Website und YouTube zur Verfügung. Sie wurden im Schnitt pro Video 110-mal angesehen. Videos über die Nutzung von „Vorlesemöglichkeiten“ auf Internet-Browsern und Smartphones wurden jedoch weit öfter aufgerufen, hier liegt der Durchschnitt bei 2.000 Aufrufen pro Video. Seit Ende September 2020 ist die ava Weiterbildung mit den ersten Kursen online. Ohne Bewerbung der kostenlosen Nutzung haben in den ersten drei Monaten 233 Personen das Einstiegsquiz zur Eignung als Assistenzperson absolviert. 105

Personen haben sich daraufhin für die ava Weiterbildungskurse für Assistenzpersonen eingeschrieben. 52 haben diese Kurse erfolgreich abgeschlossen. Durchschnittlich wurden 90 % der Test-Fragen richtig beantwortet. 2 Personen aus dem Kursprogramm wurden schon 2020 an Trägerorganisationen als angestellte Assistenzpersonen vermittelt und sind seither in diesem Beruf tätig.

3.3 Erreichte Wirkungen (Outcome/Impact)

ava ist noch zu kurz am Markt, um Outcome und Impact bei den beteiligten Personen und ihrem Umfeld standardisiert messen zu können. Aktuell kann nur anhand qualitativer Aussagen von einzelnen Nutzer*innen von Output-Zahlen auf den Outcome und Impact geschlossen werden.

Als Beispiel hierfür dient folgende Aussage eines Assistenznehmers:

„Es kommt immer wieder vor, dass meine Freunde anrufen, weil sie beschlossen haben, noch einen trinken zu gehen. Sie fragen, ob ich mitgehen möchte, sie treffen sich um 20:00 Uhr im Lokal. Der Anruf kommt um 18:00 Uhr. Mit der ava kann ich mir auch

dafür noch Assistenz organisieren. Es ist wichtig für mich, dass ich auch spontane Termine mit meinen Freunden wahrnehmen kann. Sonst wäre ich bald ein Außenseiter.“

Eine Weiterbildungsteilnehmerin der **ava Weiterbildung** sagt:

„Es ist alles sehr gut und verständlich erklärt. Auch schwierigere Themen sind gut erklärt. Man muss keine Begriffe googeln, um sie verstehen zu können. Das fand ich total Spitze, vor allem, weil ich per Handy gelernt

habe.“

Im Social Impact Bond Projekt „Perspektive: Digitalisierung“ erreicht ava mit jedem Wiedereinstieg einen monetären volkswirtschaftlichen Impact von jährlich 6.000 bis 10.000 Euro aufgrund wegfallender Sozialleistungen (Arbeitslosengeld, Mindestsicherung) und/oder Einzahlungen in das Sozialsystem (Steuern und Sozialversicherung).

Darstellung der Ressourcen, Leistungen und Wirkungen im Berichtszeitraum

Überblick Ressourcen, Leistungen, Outcome	Jahre		
Ressourcen	2018	2019	2020
Mitarbeitende	9	11	9
Ausgaben in tausend Euro	170	280	211
Leistungen			
Matchings	0	11	69
Assistenzstunden	0	0	125
Stunden Weiterbildung	0	0	525
Wirkungen			
registrierte Assistenzpersonen		486	1.337
registrierte Assistenznutzer*innen		75	211
abgeschlossene Weiterbildung		0	2
vermittelte Assistenzpersonen (SIB)			2

3.4 Maßnahmen zur begleitenden Evaluation und Qualitätssicherung

Die digitale Online-Plattform zur Planung und Organisation von Assistenzdiensten wird von Beginn der Konzeption über die Implementierung bis hin zu funktionalen Tests in enger Zusammenarbeit mit der Zielgruppe der Menschen mit Behinderungen entwickelt.

Dies geschieht in regelmäßigen CoCreation-Workshops, in denen mit Hilfe von Design-Thinking-Methoden Anforderungen definiert, Ziele festgelegt und nachfolgend überprüft und getestet werden.

Der Software-Entwicklungsprozess selbst folgt dem Agile-Modell. Die Zykluszeit eines Agile-Sprints bei ava beträgt drei Wochen. Die Dokumentation erfolgt anhand von User Stories im Sprintplanungstool AzureDevOps von Microsoft.

Die Ergebnisse dieser laufenden Evaluation führten dazu, dass die ava Plattform ab 2021 vollständig als mobile Lösung verfügbar sein wird. Der Grund dafür ist, dass nahezu 100 % der Assistenznehmer*innen mit mobilen Endgeräten darauf zugreifen.

3.5 Vergleich zum Vorjahr: Grad der Zielerreichung, Lernerfahrungen und Erfolge

Aufgrund der COVID19-Pandemie war 2020 ein Ausnahmejahr. Dies ist auch gut an den Leistungszahlen ablesbar (Vergleich Output Q1/2020 mit den Folge-Quartalen).

Nichtsdestotrotz konnte diese Zeit sehr gut für gemeinsames Lernen und Entwickeln genutzt werden. Auch konnte ava sich trotz dieses Hemmschuhs auch in der Region Oberschwaben sehr gut entwickeln.

4. Planung und Ausblick

Bis Q3/2021 soll ava einen technologischen Entwicklungsstand erreicht haben, mit dem alle wichtigen Anforderungen und Funktionen für die Stakeholder-Gruppen ohne Probleme umgesetzt werden können.

Im Rahmen des Social Impact Bond Projekts sollen bis Ende 2022 mindestens 50 Wiedereinsteiger*innen für eine Assistenz Tätigkeit an Trägerorganisationen oder Arbeitgeber*innen mit Behinderungen vermittelt werden.

4.1 Einflussfaktoren: Chancen und Risiken

Es gibt derzeit keinen Mitbewerber mit einem vergleichbaren System in Entwicklung oder Vermarktung. Der Bedarf einer Plattform für Assistenz ist schon auf Basis der demografischen Daten, der Statistik und der Erhebungen im Vorfeld des Projekts als enorm einzuschätzen. Daher sind die Chancen einer guten Position im Markt hoch.

Die Planung, Entwicklung und Programmierung einer digitalen Plattform ist komplex, aufwändig und kostenintensiv. Es wird ein hohes Maß an Ressourcen

benötigt, um die breite Markteinführung zu gewährleisten.

Die Pilotpartner*innen haben ava im Jahr 2020 sowohl mit einem finanziellen Beitrag unterstützt als auch deren Weiterentwicklung mit Know-How für Innovation begleitet. Es besteht ein großes Interesse an der Entwicklungsteilhabe.

Die von ava genutzten Chancen der Digitalisierung bergen auch Risiken. So können mangelndes Verständnis über die Einsatzmöglichkeiten oder fehlende Infrastruktur derzeit noch zu einer Hemmung der Nutzung des Produktes führen. Andererseits reduziert das Fortschreiten der Digitalisierung dieses Risiko, denn immer mehr Menschen mit Behinderungen und Lernschwierigkeiten nutzen Online-Tools mit großer Selbstverständlichkeit und haben Interesse an zeitgemäßen, digitalen Lösungen.

Wir sehen daher der weiteren Entwicklung der ava Plattform und der zugehörigen Dienstleistungen mit großem Optimismus entgegen.

5. Organisationsstruktur

5.1 Organisationsstruktur

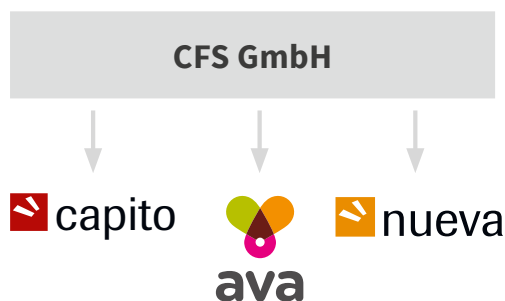
ava wird seit 2018 von der CFS GmbH entwickelt. Ausgangspunkt für ava war die Erkenntnis, dass Menschen mit Lernschwierigkeiten kaum Möglichkeiten haben, sich mit Hilfe persönlicher Assistenzleistungen selbstbestimmt ihr Leben zu organisieren.

Nach einer organischen Wachstumsphase der CFS GmbH erfolgte 2012 mit dem Einstieg des Social Impact Investors BonVenture, München, eine dynamische Entwicklung des Social-Franchise-Systems (1. Investitionsphase) und 2018 mit dem Einstieg weiterer Impact-Investor*innen der Ausbau der Digitalisierungsphase, die noch nicht abgeschlossen ist (2. Investitionsphase). ava ist Teil der Aktivitäten dieser Digitalisierungsphase.

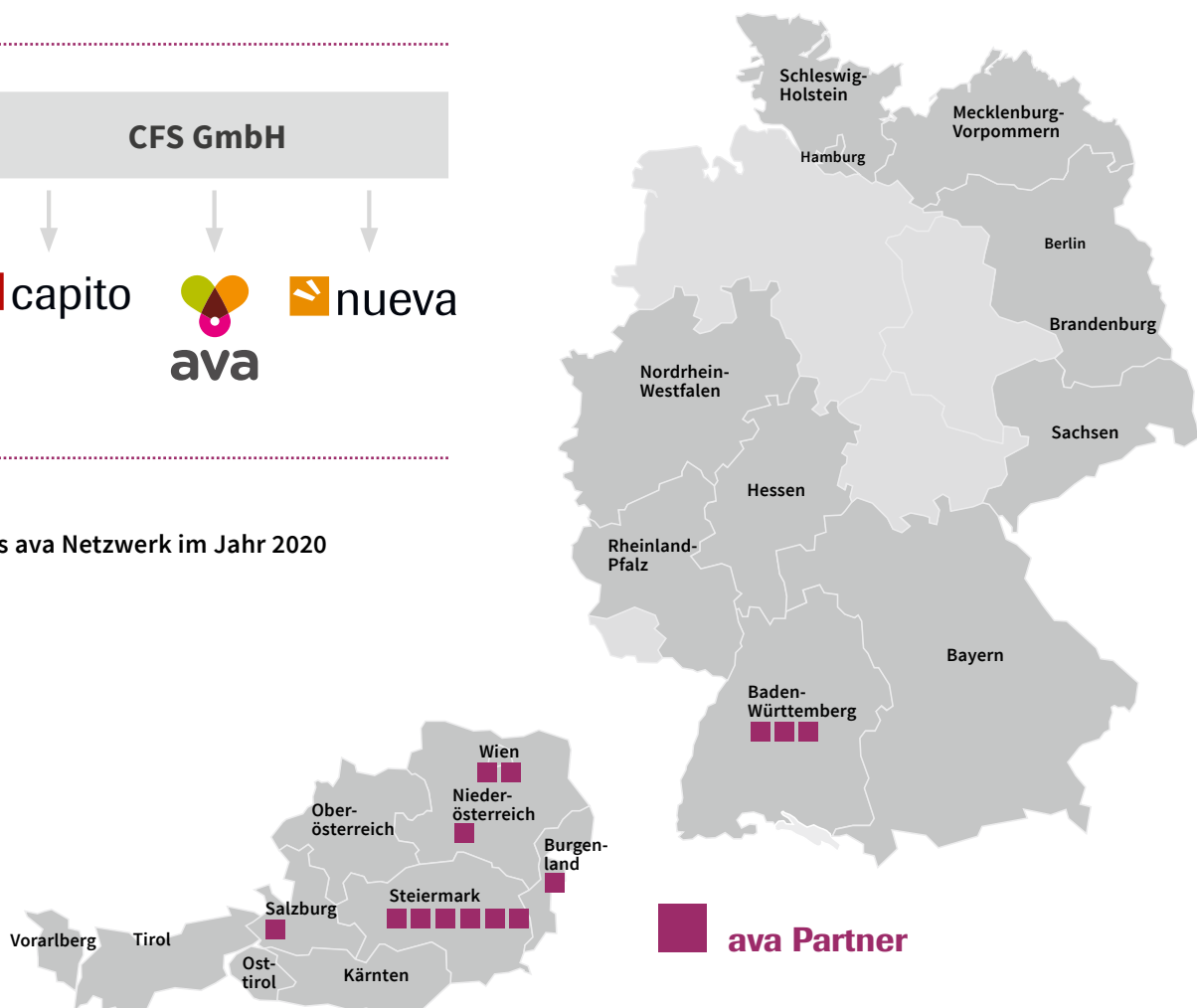
5.2 Partnerschaften, Kooperationen und Netzwerke

ava wird in Entwicklungs-Kooperationen skaliert. Die CFS GmbH treibt die Entwicklung gemeinsam mit 14 Partnerorganisationen in Österreich und Deutschland voran.

Die Partnerorganisationen von ava sind rechtlich und wirtschaftlich eigenständige Organisationen oder Personen. Sie sind selbst Dienstleister für Assistenzangebote und nutzen ava zur Unterstützung ihrer Aktivitäten.



Das ava Netzwerk im Jahr 2020





Organisation

C

6. Organisationsstruktur und Team

6.1 Organisationsstruktur

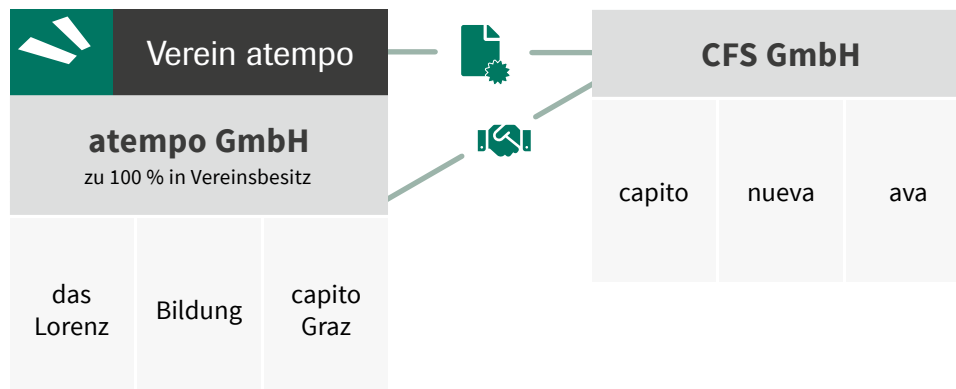
atempo wurde im Jahr 2000 als gemeinnütziger Verein „atempo zur Gleichstellung von Menschen“ gegründet. In den ersten 5 Jahren seines Bestehens führte der Verein alle operativen Geschäfte und legte den Grundstein für die atempo Angebotspalette. Die Entwicklung der atempo Angebote machte eine Professionalisierung und Differenzierung der Organisationsstruktur erforderlich. Daher besteht atempo heute aus einer Gruppe von drei Organisationen: dem gemeinnützigen Verein atempo, der gemeinnützigen atempo GmbH und der Social Impact CFS GmbH. Die gemeinnützige atempo GmbH setzt die Angebote „Bildung“ und „capito“ für den Raum Steiermark (capito Graz) um. Außerdem führt die atempo GmbH am Standortsitz das Restaurant „das Lorenz“, in dem Menschen mit Lernschwierigkeiten lernen und arbeiten können.

Die Social Impact CFS GmbH ist im Auftrag des Vereins atempo für den Aufbau des Social-Franchise-Netzwerks sowie die Weiterentwicklung und die Vermarktung

von atempo Produkten am freien Markt zuständig. Da dieser Tätigkeitsbereich dem Social Business zuzurechnen ist, wurde für die CFS GmbH kein Gemeinnützigkeitsstatus beantragt. Die CFS GmbH ist also den steuerlichen Bedingungen eines „normalen“ Unternehmens unterworfen. Im Jahr 2016 wurde mit der Entwicklung erster informationstechnologischer Produkte begonnen und im Jahr 2017 eine umfassende Digitalisierungsstrategie ausgearbeitet. Diese Strategie ist der Grundstein für die zukünftige Weiterentwicklung der atempo Gruppe als Leuchtturm für digitale Inklusion. Konkret wurden die Online-Plattform „ava“, capito digital und nueva online als Software-Produkte entwickelt und sind am Markt.

Da der gemeinnützige Verein atempo der Besitzer der atempo Marken ist, erhält er Lizenzgebühren von der CFS GmbH für jede Social-Franchise-Partnerschaft, sofern das Betriebsergebnis der CFS GmbH dies zulässt. Diese Gebühren dienen dem Verein zum Aufbau von Rücklagen bzw. zur Weiterentwicklung der atempo Angebote.

Organisationsstruktur



6.2 Mitarbeiter*innen

Insgesamt hatte die atempo Gruppe im Berichtsraum 89 Mitarbeiter*innen,

davon 18 mit Lernschwierigkeiten und Behinderungen. Im Vergleich zum Durchschnitt der letzten 3 Jahre sind das 15,6 Vollzeitstellen mehr.

Anzahl der Mitarbeitenden im Jahr 2020	CFS GmbH	gemeinnützige atempo GmbH	atempo Gruppe gesamt
Anzahl der Mitarbeitenden	19	79	98
Feste Mitarbeitende	19	79	98
Davon Mitarbeitende mit Behinderung	1	16	17
Davon hauptamtlich	19	79	98
Davon Honorarkräfte	0	0	0
Davon Ehrenamtliche	0	0	0
Rechnerische Anzahl von Vollzeitstellen	12,42	48,12	60,54
Differenz zum Durchschnitt der letzten drei Jahre	7,43	8,18	15,61

6.3 Vorstellung der handelnden Personen

Die Gründer*innen sind Walburga Fröhlich, Klaus Candussi und Helmut Schinnerl. Sie gründeten sowohl den Verein atempo als Initial-Organisation als auch im Dezember 2004 mit privatem Mitteleinsatz und auf eigenes Risiko die CFS GmbH. Alle drei waren vor der Gründung von atempo erfahrene Führungskräfte in gemeinnützigen Organisationen für Menschen mit Behinderungen. Sie verabschiedeten sich von sicheren Positionen, um mit der Gründung des Vereins atempo frei zu sein für die Entwicklung von innovativen Projekten.

Walburga Fröhlich und Klaus Candussi sind zwei von insgesamt nur 3.000 Ashoka Fellows weltweit. Ashoka

Fellows werden für ihre innovativen sozialunternehmerischen Initiativen ausgezeichnet und von Ashoka unterstützt und gefördert. Sie haben darüber hinaus eine Vielzahl von Auszeichnungen für ihre Arbeit bekommen, unter anderem wurde Walburga Fröhlich als erste Österreicherin und Sozialunternehmerin mit dem renommierten EU-Prize for Women Innovators ausgezeichnet; Klaus Candussi durfte schon mehrmals eine Auszeichnung im Rahmen des österreichischen TRIGOS-Awards entgegennehmen.

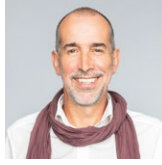
Die beiden Gründungspersonen werden von einem kompetenten Bereichsleitungs-Team unterstützt.

Team



Walburga Fröhlich

Co-Founder und CEO.
Sozial-Unternehmerin durch
und durch. Sprüht vor Ideen.



Klaus Candussi

Co-Founder und CEO. Visionär
und Netzwerker. Auch in stür-
mischen Situationen ruhig.



Helmut Schinnerl

Co-Founder. Bringt Gelas-
senheit ins Team. Und ist
sehr genau.



Ernst Stelzmann

CFO. Kühler Rechner.
Kennt keine Krisen – nur
Chancen.



Paul Anton Mayer

CDO. Jongliert mühelos mit
tausend Projekten.
Verknüpft sozial und
digital aus Überzeugung.



Mario Morschner

CIO. Mit jedem Server per
Du. Der einzige ITler, der
so spricht, dass man ihn
versteht.



Eva Bucht

Leitung PR und Marketing.
Trommelt auf allen Kanälen
und findet eigentlich immer
einen Grund zum Lachen.



Silvia Kogler

Leitung Personalbereich,
Controlling und Rechnungs-
wesen. Behält den Überblick
und schafft Ordnung – auch
in kniffligen Situationen.



Sabrina Seeleitner

Leiterin Verwaltung. Königin
der To-Do-Listen. Bei ihr lau-
fen alle Fäden zusammen.
Knoten löst sie verlässlich
und temperamentvoll.



Andreas Ausserhofer

ava Projektkoordinator.
Brückenbauer zwischen
Information und Wissen.
Findet immer eine Lösung.



Martin Konrad

Bereichsleiter. nueva All-
rounder der ersten Stunde.
Und die schönste Stimme
des Sozialbereichs.



Claudia Schneider

Co-Leitung Bildung.
Energiepaket: Zupackend,
pragmatisch und beken-
nender Monk-Fan. Halbe
oder schiefe Dinge gibt es
bei ihr nicht.



Harald Hörmann

Co-Leitung Bildung. Der ru-
hende Pol. Hat eine Vorlie-
be für Zahlen – im Budget
und auf der Tastatur seines
Uralt-Handys.

6.4. Auszeichnungen

atempo konnte in den Jahren seines Bestehens schon viele Juror*innen überzeugen. Coronabedingt wurden im Jahr 2020 nur vereinzelt Wettbewerbe ausgeschrieben. Dennoch gelang es Walburga Fröhlich, mit capito den Wolfgang-Heilmann-Preis 2020 zu gewinnen. Ex aequo mit „KI macht Schule e.V.“ belegte capito hier den ersten Platz. Mit dem Wolfgang-Heilmann-Preis unterstützt die Integrata-Stiftung Forschungsvorhaben, Unternehmen und Institutionen, die

einen Beitrag zur humanen Nutzung der Informationstechnologie leisten.



7. Organisationsprofil

Auf den nächsten Seiten finden Sie alle formalen und finanziellen Daten zu allen Organisations-Einheiten von atempo. Dies sind der Verein atempo, die atempo GmbH und die CFS GmbH.

7.1 Allgemeine Angaben

Der Verein atempo zur Gleichstellung von Menschen als Gründer und Besitzer der registrierten Marken „capito“, „nueva“ und „atempo“ ist Hüter der Werte und führt selbst keine operativen Tätigkeiten durch.

Seine wichtigsten Daten:

Name	atempo, zur Gleichstellung von Menschen
Sitz der Organisation gemäß Satzung	Lassnitzhöhe, Österreich
Gründung	2000
Rechtsform	Gemeinnütziger Verein
Adresse	A-8010 Graz, Greimelweg 21
Telefon	+43 316 81 47 16 0
E-Mail	office@atempo.at
Website	www.atempo.at
Link zur Satzung	https://citizen.bmi.gv.at/at.gv.bmi.fnsweb-p/zvn/public/Registerauszug
Registernummer	ZVR 371908933
Datum der Eintragung	28.12.2000

Die atempo GmbH ist die operativ tätige Organisation für die atempo Bildung, das Lorenz und capito Graz. Ihre wichtigsten Daten:

Name	atempo GmbH
Sitz der Organisation gemäß Satzung	Graz, Österreich
Gründung	2004
Rechtsform	Gesellschaft mit beschränkter Haftung
Standorte	Graz
Status	gemeinnützige GmbH
Adresse	A-8010 Graz, Heinrichstraße 145
Telefon	+43 316 81 47 16 0
E-Mail	atempo.graz@atempo.at
Website	www.atempo.at
Satzung	Firmenbuch, Landesgericht Graz
Registernummer	FN 257059p
Datum der Eintragung	17.12.2004
Betriebsrat	Ja

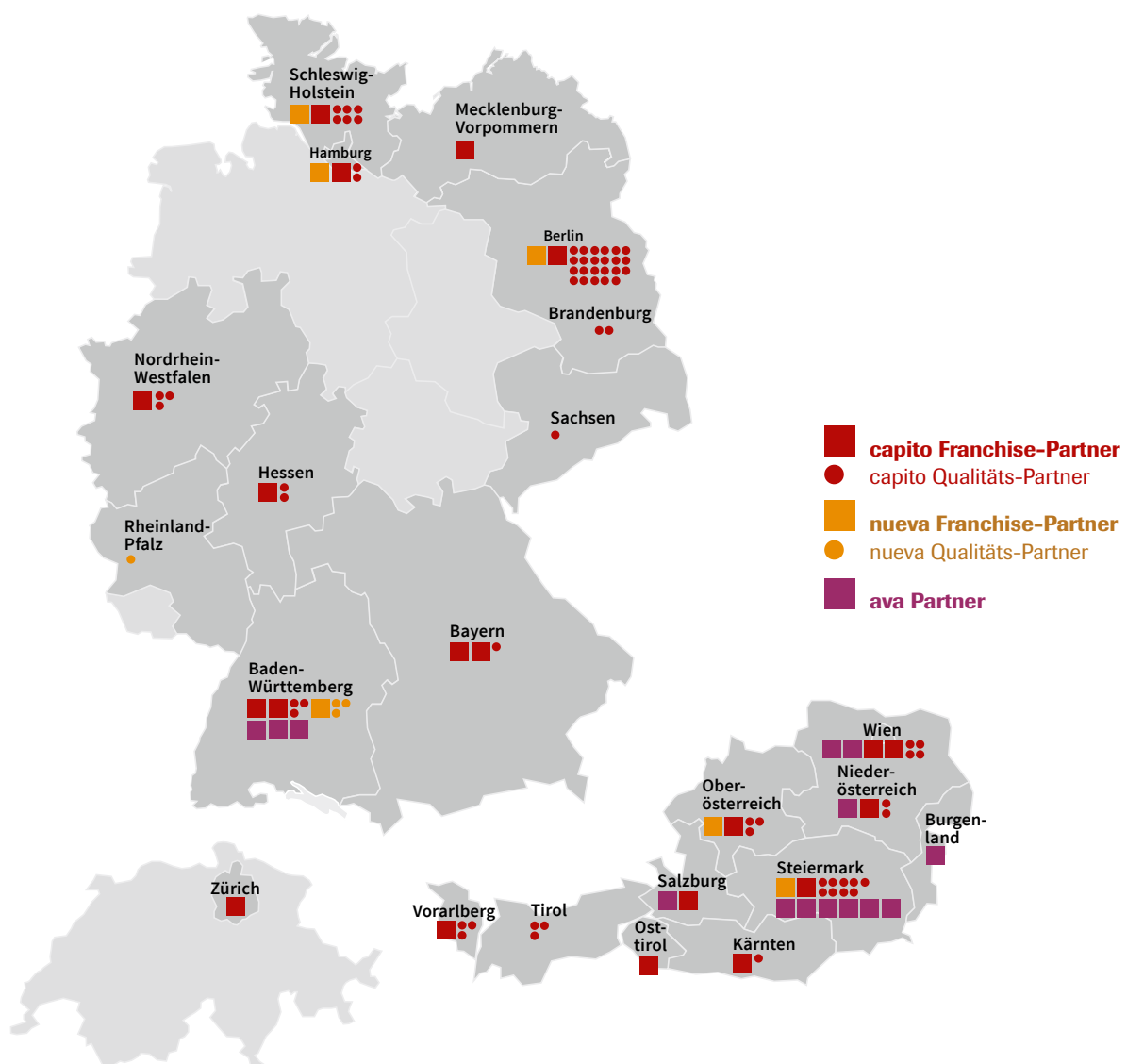
Die CFS GmbH zeichnet für die Weiterentwicklung, Digitalisierung und Skalierung von capito, nueva und ava verantwortlich. Ihre wichtigsten Daten:

Name	CFS - Consulting, Franchise & Sales GmbH
Sitz der Organisation gemäß Satzung	Graz, Österreich
Gründung	2004
Rechtsform	Gesellschaft mit beschränkter Haftung
Standorte	Social-Franchise- und Vertriebs-Partner: Österreich: Graz, Klagenfurt, Linz, Niederösterreich, Salzburg, Vorarlberg, Wien (2x) Deutschland: Berlin, Düsseldorf, Hamburg, Mölln, München, Nürnberg, Immenhausen, Schleswig, Sigmaringen, Stuttgart Schweiz: Zürich Alle Partner mit Adressen auf www.capito.eu/ueber-uns

Name	CFS - Consulting, Franchise & Sales GmbH
Status*	GmbH mit dem Prinzip „Impact First“*
Adresse	A-8010 Graz, Heinrichstraße 145
Telefon	+43 316 81 47 16 0
E-Mail	office@capito.eu
Website	www.capito.eu
Satzung	Firmenbuch, Landesgericht Graz
Registernummer	FN 257236p
Datum der Eintragung	17.12.2004
Betriebsrat	Ja

* Leider gibt es in Österreich noch keinen anerkannten Status/ keine Zertifizierung für wirtschaftlich geführte, steuerlich nicht gemeinnützige Social Impact/ Social Business Unternehmen.

Das Social-Franchise-Netzwerk



7.2 Governance der Organisation

7.2.1 Leitungsorgan

Die Vorstandsmitglieder des Vereins atempo sind Walburga Fröhlich (Obfrau), Klaus Candussi (Kassier) und Helmut Schinnerl (Schriftführer). Die Rechnungsprüfung führen Walter Eigner und Romana Steinberger durch. Walburga Fröhlich und Klaus Candussi führen die Geschäfte der beiden GmbHs der atempo Gruppe. Ihre Befugnisse sind in den Geschäftsordnungen sowie ihrem Dienstvertrag geregelt.

7.2.2 Aufsichtsorgan

Der Verein als Besitzer der gemeinnützigen atempo GmbH und die CFS GmbH haben gemeinsam einen Beirat. Die Befugnisse des Beirats sind in der Geschäftsordnung des Beirats sowie in den Vereinsstatuten und dem Gesellschaftsvertrag der CFS GmbH geregelt. Insbesondere wird der Beirat bei Entscheidungen zur Bestellung und Abberufung der Geschäftsführung, zur jährlichen Finanzplanung und strategischen Ausrichtung sowie außerplanmäßigen Geschäften, die den Rahmen von € 10.000 überschreiten, im Vorfeld zur Beratung eingeladen und angehört. Die Beiratsmitglieder sind Wolfgang Neubert, Jochen Herdrich, Andreas Kattnigg, Martin Ladstätter und Helmut Eichert (Stand Dezember 2020). Im Jahr 2020 fanden 4 ordentliche Beiratssitzungen statt. Außerdem hatte der Beirat die Kapitalrunde 2020 beratend begleitet.

7.2.3 Interessenskonflikte

Interessenskonflikte könnten zwischen dem Verein mit seiner gemeinnützigen GmbH und der CFS GmbH entstehen, da diese nicht im Eigentum des Vereins steht. Aus diesem Grund ist es eine wesentliche Aufgabe des Beirats, auf eine korrekte und angemessene Vertretung der Interessen der einzelnen Körperschaften zu achten. Außerdem wird der Jahresabschluss der CFS GmbH von einer Wirtschaftsprüfungskanzlei geprüft,

obwohl die CFS GmbH gesetzlich nicht dazu verpflichtet wäre.

7.3 Eigentümerstruktur, Mitgliedschaften und verbundene Organisationen

Die gemeinnützige atempo GmbH ist im Eigentum des Vereins atempo. Die CFS GmbH wurde von den drei Vorstandsmitgliedern des Vereins atempo mit privaten Mitteln gegründet, um die Gemeinnützigkeit des Vereins atempo nicht zu gefährden.

Die CFS GmbH ist formal nicht mit der atempo GmbH oder dem Verein atempo verbunden. Die CFS GmbH ist jedoch exklusive Lizenznehmerin des Vereins atempo für die Marken „capito“ und „nueva“.

7.3.1 Eigentümerstruktur

Der Kreis der Gesellschafterinnen und Gesellschafter besteht aus 4 Gruppen mit ähnlichen Interessen:

1. Die Gründerinnen und Gründer
2. Die Gruppe der Impact-Investoren
3. Die Gruppe der Privaten aus dem Family & Friends-Netzwerk
4. Der Mitarbeitenden-Verein

7.3.2 Beteiligungen

Der Verein atempo ist an der gemeinnützigen Gesellschaft für Teilhabeorientiertes Qualitätsmanagement GETEQ mit einem Kapitalanteil von € 1.000 beteiligt. Die GETEQ ist nueva Social-Franchise-Partnerin in Berlin. Die Beteiligung des Vereins atempo erfolgte auf Wunsch der Berliner Gründungsorganisationen und drückt die inhaltliche Nähe von atempo zur GETEQ aus.

Eigentümerstruktur

Gesellschafter*innen 2020	Anteil
<i>Gründerinnen und Gründer</i>	<i>52%</i>
Walburga Fröhlich	21,72%
Klaus Candussi	21,72%
Helmut Schinnerl	8,73%
<i>Impact Investoren</i>	<i>35%</i>
BonVenture II GmbH & Co KG	11,55%
Hermann Arnold	3,16%
Better Future Beteiligungsmanagement	20,64%
<i>Family & Friends</i>	<i>10%</i>
Dr. Kattnigg & Partner Beratungs-OG	1,94%
Gehrer Plötzeneder DDWS Corporate Advisors GmbH	0,84%
Philipp Bodzenta	0,63%
Michael Meyer	1,11%
Christian Horak	1,25%
Thomas Stampfer	0,84%
Edgar Leonhardt	3,77%
<i>Mitarbeiter*innen</i>	<i>2,09%</i>
atempo Mitarbeitenden Beteiligungs-Verein & CO KG	2,09%
Gesamt	100%

8. Finanzen und Rechnungslegung

Hier finden Sie die detaillierten Angaben zu Aktiva, Passiva sowie Einnahmen- und Ausgaben-Situation der atempo Gruppe.

8.1 Vermögensrechnung

Verein atempo

Aktiva (Vermögen, Mittelverwendung)	2018	2019	2020
	Währung, Einheit [Euro]		
1. Immaterielles Vermögen (z.B. Software)	0	0	0
2. Sachanlagen	0	0	0
davon Immobilien	0	0	0
3. Finanzanlagen	36.000	36.000	36.000
4. Vorräte	0	0	0
5. Forderungen	55.305	51.802	26.977
davon gegen Mitglieder oder Gesellschafter*innen	0	0	0
6. Liquide Mittel (Kasse, Bankguthaben)	366	381	43.551
7. ARA	0	0	0
Summe Vermögen	91.671	88.183	106.528

Passiva (Mittelherkunft)	2018	2019	2020
	Währung, Einheit [Euro]		
Verbindlichkeiten			
1. Aufgenommene Darlehen / Bankverb.	0	0	0
davon von Mitgliedern oder Gesellschaftern*innen	0	0	0
2. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	1.349	2.267	1.773
3. Sonstige Verbindlichkeiten	0	0	0
Summe Verbindlichkeiten	1.349	2.267	1.773
Saldo Aktiva abzgl. Verbindlichkeiten (= Eigenkapital + Rückstellungen)	90.321	85.417	104.612
davon zweckgebundene Mittel = Stammkapital für gemeinnützige atempo GmbH	36.000	36.000	36.000

atempo Betriebsgesellschaft mbH

Aktiva (Vermögen, Mittelverwendung)	2018	2019	2020
	Währung, Einheit [Euro]		
1. Immaterielles Vermögen (z.B. Software)	2.711	1.167	514
2. Sachanlagen	156.065	183.644	159.566
davon Immobilien	0	0	0
3. Finanzanlagen	0	0	0
4. Vorräte	5.095	7.045	13.583
5. Forderungen	338.455	430.847	334.776
davon gegen Mitglieder oder Gesellschafter*innen	0	0	0
6. Liquide Mittel (Kasse, Bankguthaben)	5.056	2.361	3.591
7. ARA	5.990	11.297	11.288
Summe Vermögen	513.372	636.361	523.318

Passiva (Mittelherkunft)	2018	2019	2020
	Währung, Einheit [Euro]		
Verbindlichkeiten			
1. Aufgenommene Darlehen / Bankverb.	142.257	144.898	25.631
davon von Mitgliedern oder Gesellschafter*innen	0	0	0
2. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	78.531	55.082	198.539
3. Sonstige Verbindlichkeiten	487.727	538.185	280.774
Summe Verbindlichkeiten	708.515	738.165	504.944
Saldo Aktiva abzgl. Verbindlichkeiten (= Eigenkapital + Rückstellungen)	-210.765	-112.238	58.216
davon zweckgebundene Mittel = Stammkapital für gemeinnützige atempo GmbH	0	0	0

CFS, Consulting, Franchise & Sales GmbH

Aktiva (Vermögen, Mittelverwendung)	2018	2019	2020
	Währung, Einheit [Euro]		
1. Immaterielles Vermögen (z.B. Software)	110.947	166.419	212.883
2. Sachanlagen	7.323	4984	12.431
davon Immobilien	0	0	0
3. Finanzanlagen	696.100	831.818	1.107.443
4. Forderungen	156.861	193.850	413.543
davon gegen Mitglieder oder Gesellschafter*innen	0	0	0
5. Liquide Mittel (Kasse, Bankguthaben)	38.414	47.403	35.1186
Summe Vermögen	313.547	412.656	990.043

Passiva (Mittelherkunft)	2018	2019	2020
	Währung, Einheit [Euro]		
Verbindlichkeiten			
1. Aufgenommene Darlehen / Bankverb.	62.857	244.897	529.968
davon von Mitgliedern oder Gesellschafter*innen	0	0	0
2. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	40.619	74.177	45.023
3. Sonstige Verbindlichkeiten	79.642	83.714	78.650
Summe Verbindlichkeiten	183.119	402.789	653.641
Saldo Aktiva abzgl. Verbindlichkeiten (= Eigenkapital + Rückstellungen)	69.752	-70.451	179.309
davon zweckgebundene Mittel = Stammkapital für gemeinnützige atempo GmbH	0	0	0

8.2 Einnahmen und Ausgaben

Verein atempo

Einnahmen	2018	2019	2020
	Währung, Einheit [Euro]		
1. Erlöse	28.150	0	29.484
davon aus öffentlichen Aufträgen	0	0	0
2. Zuwendungen	0	0	0
davon aus öffentlicher Hand (Zuschüsse)	0	0	3.161
3. Beiträge	0	0	0
4. Sonstige Einnahmen	1.014	1.142	900
Summe Einnahmen	29.164	1.142	33.545

Ausgaben	2018	2019	2020
	Währung, Einheit [Euro]		
B1. Personalkosten	0	0	0
B2. ÖA u. Werbeaufw.	0	0	0
4. restl. Sachaufw.	2.073	6.047	13.449
5. Zinsen	0	0	0
6. Sonstige Ausgaben	0	0	0
Summe Ausgaben	2.073	6.047	13.449
Jahresergebnis (Einnahme abzgl. Ausgaben)	27.091	-4.905	20.096

atempo Betriebsgesellschaft mbH

Einnahmen	2018	2019	2020
	Währung, Einheit [Euro]		
1. Erlöse	2.259.691	2.656.634	2.246.811
davon aus öffentlichen Aufträgen	1.495.409	1.515.600	1.609.023
2. Zuwendungen	87.335	59.857	58.020
davon aus öffentlicher Hand (Zuschüsse)	87.335	59.857	58.020
3. Beiträge	0	0	0
4. Sonstige Einnahmen	165.623	423.493	719.630
Summe Einnahmen	2.512.649	3.139.984	3.024.461

Ausgaben	2018	2019	2020
	Währung, Einheit [Euro]		
B1. Personalkosten	1.852.117	2.303.454	2.364.544
B2. ÖA u. Werbeaufw.	3.030	7.409	8.350
4. restl. Sachaufw.	656.800	717.241	575.421
5. Zinsen	12.196	1.851	1.799
6. Sonstige Ausgaben	0	0	0
Summe Ausgaben	2.524.143	3.029.955	2.950.114
Jahresergebnis (Einnahme abzgl. Ausgaben)	-11.494	110.029	74.347

CFS, Consulting, Franchise & Sales GmbH

Einnahmen	2018	2019	2020
	Währung, Einheit [Euro]		
1. Erlöse	454.770	785.894	1.077.384
davon aus öffentlichen Aufträgen	0	0	0
2. Zuwendungen	0	0	0
davon aus öffentlicher Hand (Zuschüsse)			182.177
3. Beiträge	0	0	0
4. Sonstige Einnahmen	45.081	88.705	26.625
Summe Einnahmen	499.851	874.599	1.286.186

Ausgaben	2018	2019	2020
	Währung, Einheit [Euro]		
B1. Personalkosten	570.889	867.618	1.121.114
B2. ÖA u. Werbeaufw.	33.752	37.485	10.693
4. restl. Sachaufw.	240.430	227.699	133.880
5. Zinsen	8.396	8.469	8.283
6. Sonstige Ausgaben	1.750	1.750	1.750
Summe Ausgaben	855.217	1.143.021	1.275.720
Jahresergebnis (Einnahme abzgl. Ausgaben)	-355.366	-268.422	10.466

8.3 Finanzielle Situation und Planung

Der größte Einnahmenteil wird am Markt Erlöst, davon ist der Anteil der CFS GmbH zwei Drittel. Die Einnahmen der atempo GmbH bestehen zu etwas mehr als die Hälfte aus Leistungsverträgen mit der öffentlichen Hand. Zu den sonstigen Einnahmen zählen Lohnkostenzuschüsse für behinderte Mitarbeitende,

Lizenzeinnahmen, Reisekosten-Rückersätze und pandemiebedingte Zuschüsse.

Die Einnahmen des Vereins sind Lizenzerlöse für die Marken capito und nueva. Der Verein atempo unterstützte die Gründung einer Organisationsstruktur für die Mitarbeitenden-Beteiligung an der CFS GmbH und hatte dadurch 2020 höhere Ausgaben als üblich.

Erlöse 2020 gesamt	Verein atempo	atempo GmbH	CFS GmbH	gesamt	Anteil
Forschung/Entwicklungsförderung	-	215.585	182.177	397.762	9 %
Subventionen (Land, Bund, EU)	-	58.020	-	58.020	1 %
Leistungsverträge mit öff. Hand für Bildung	-	1.609.022	-	1.609.022	37 %
Markterlöse Dienstleistungen und Produkte	-	637.788	1.077.384	1.715.172	39 %
sonstige	32.644	504.043	26.625	563.312	13 %
Erlöse gesamt	32.644	3.024.461	1.286.186	4.343.291	100 %
Ergebnis gesamt	20.096	74.347	10.466	104.909	

Die Umsatzerlöse der atempo GmbH im Restaurant und in der Erwachsenenbildung brachen aufgrund der Lockdowns massiv ein. Aufgefangen wurde dies durch den NPO-Fonds der österreichischen Regierung. Das Jahresergebnis der atempo GmbH sank zwar um ein Drittel, blieb aber positiv,

sodass keine zukünftigen Lasten für die atempo GmbH entstanden. Die CFS GmbH erhielt im ersten Lockdown (Juni bis Juli) Lohnkostenzuschüsse, im zweiten Halbjahr konnte sie im Bereich der digitalen Produkte wieder gut Fuß fassen.

Erlösentwicklung gesamt	2018	2019	2020	Veränderung
Forschung/Entwicklungsförderung	115.674	417.101	397.763	244 %
Subventionen (Land, Bund, EU)	87.335	59.858	58.020	-34 %
Leistungsverträge mit öff. Hand für Bildung	1.495.409	1.515.600	1.609.023	8 %
Markterlöse Dienstleistungen und Produkte	1.194.132	1.926.928	1.715.173	44 %
sonstige	125.104	91.218	563.313	350 %
Erlöse gesamt	3.017.653	4.010.705	4.343.291	44 %

2019 übersprangen wir die € 4 Mio Umsatz-Marke, wobei die atempo GmbH den größten Anteil einnimmt. Auffallend ist die Steigerung der Einnahmen aus Forschungsförderung. Dies ist den Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten für unsere Künstliche Intelligenz-Technologie geschuldet. Die Steigerung der sonstigen Einnahmen ist größtenteils auf die COVID-Zuschüsse zurück zu führen.

Auch wenn die CFS GmbH schon Umsatzerlöse am Markt lukriert, reichen diese nicht aus, um die hohen technologischen Entwicklungskosten zu finanzieren. Die CFS GmbH konnte in den Jahren 2018 bis 2020 insgesamt € 1,2 Mio Kapital von Impact Investment Fonds und Impact Investoren einwerben. Dieses Kapital dient der Finanzierung der ersten Phase der technologischen Entwicklung und des Aufbaus des digitalen Business Modells.

Die Lernerfahrungen aus der COVID-Pandemie bilden begünstigende Rahmenbedingungen für unsere Digitalisierungsstrategie, sodass wir sehr optimistisch in die Zukunft sehen. Wir gehen davon aus, dass unsere Entwicklungen sowohl die Nutzer*innen als auch Investor*innen und Fördergeber*innen überzeugen werden.

Wir wollen an dieser Stelle ganz besonders allen unseren Mitarbeiter*innen von Herzen danken. Sie haben sich in den Pandemie-Zeiten sowohl persönlich als auch beruflich vorbildlich verhalten, sie waren verantwortungsbewusst und haben sich all den Herausforderungen dieser Zeit mit Mut und Innovationsgeist gestellt. Sie haben alles dafür getan, einander in dieser Zeit nicht zu verlieren und bestmöglich für unsere Kund*innen, Auftraggeber*innen und Teilnehmer*innen da zu sein. Es ist ein großes Glück, solche Mitarbeiter*innen zu haben!

 **atempo**

 **capito**

 **nueva**

 **Bildung**



Dieser Bericht orientiert sich am Social Reporting Standard.

Mehr unter www.social-reporting-standard.de

Dieser Bericht steht auf www.atempo.at zum Download zur Verfügung.

Impressum

Herausgeber, Medieninhaber: atempo GmbH

Text: Walburga Fröhlich, Klaus Candussi, Eva Bucht, Martin Konrad

Illustrationen: Katharina Binder

Gestaltung: Katharina Binder, The Flow Marketing KG

Icons by Font Awesome

