nueva

Wirkungsorientierter Geschäftsbericht

2020

nach dem Social Reporting Standard

Inhaltsverzeichnis

A

Überblick **3**
1.1 Einleitung, Vision, Ansatz und Gegenstand des Berichts 4

B

2 Das gesellschaftliche Problem und der Lösungsansatz **7**
2.1 Das gesellschaftliche Problem 7
2.2 Bisherige Lösungsansätze 8
2.3 Der Lösungsansatz 8

3 Ressourcen, Leistungen und Wirkungen im Berichtszeitraum **12**
3.1 Eingesetzte Ressourcen 12
3.2 Erbrachte Leistungen (Output) 12
3.3 Erreichte Wirkungen (Outcome/Impact) 13
3.4 Maßnahmen zur begleitenden Evaluation und Qualitätssicherung 14
3.5 Vergleich zum Vorjahr: Grad der Zielerreichung, Lernerfahrungen und Erfolge 14

4 Planung und Ausblick **14**
4.1 Planung und Ziele 14
4.2 Einflussfaktoren: Chancen und Risiken 14

5 Organisationsstruktur und Team **15**
5.1 Organisationsstruktur 15
5.2 Mitarbeiter*innen 16
5.3 Vorstellung der handelnden Personen 16
5.4 Partnerschaften, Kooperationen und Netzwerke 17

C

6 Organisation – Organisationsprofil **21**
6.1 Allgemeine Angaben 21
6.2 Governance der Organisation 23
6.3 Eigentümerstruktur, Mitgliedschaften und verbundene Organisationen 23

7 Finanzen und Rechnungslegung **25**
7.1 Vermögensrechnung 25
7.2 Einnahmen und Ausgaben 27
7.3 Finanzielle Situation und Planung 28

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.

Unsere Vision ist eine Gesellschaft, in der alle Menschen gleichgestellt miteinander leben, lernen und arbeiten können und dieses Zusammenleben genießen. Diese Vision leitet unseren Geschäftsbereich nueva.

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 diesen Wirkungsbericht auch auf unserer **Website www.atempo.at 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.*

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:

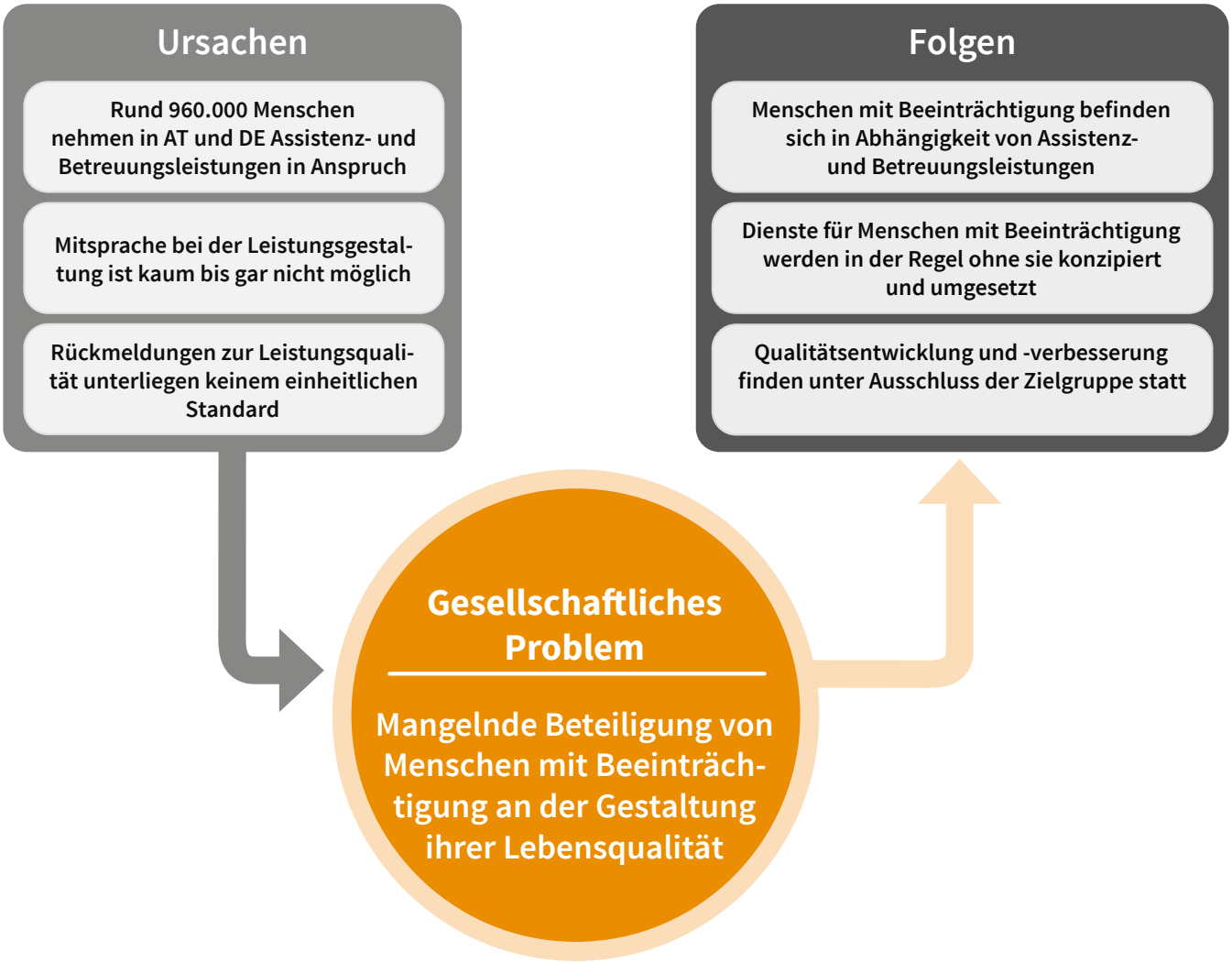
- **voice:** eine Stimme, um die eigene Meinung zur Qualität eines Produkts oder einer Dienstleistung äußern zu können, damit Verbesserungsvorschläge gehört und ernst genommen werden
- **choice:** aus verschiedenen Angeboten das Passende auswählen können
- **exit:** das Angebot wechseln und aussteigen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

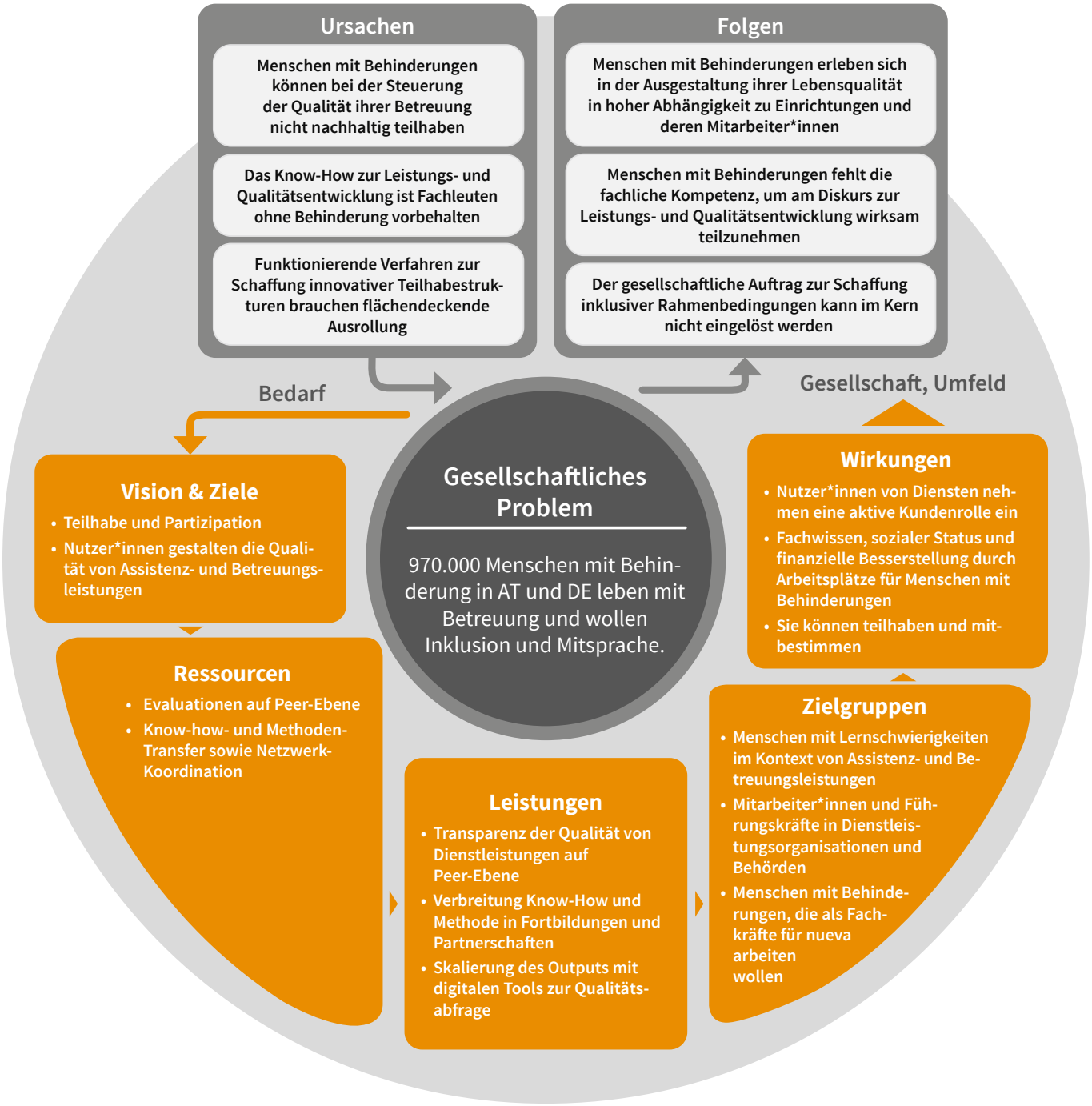
- Qualitätssicherung und -entwicklung findet evidenzbasiert im Rahmen partizipativ ausgerichteter Forschung statt.
- Entwicklungs- und Entscheidungsprozesse werden durch das Momentum der Beteiligung neu verstanden. Empowerment, Mitbestimmung und Teilhabeprozesse werden angeschoben.
- Organisationen und 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.

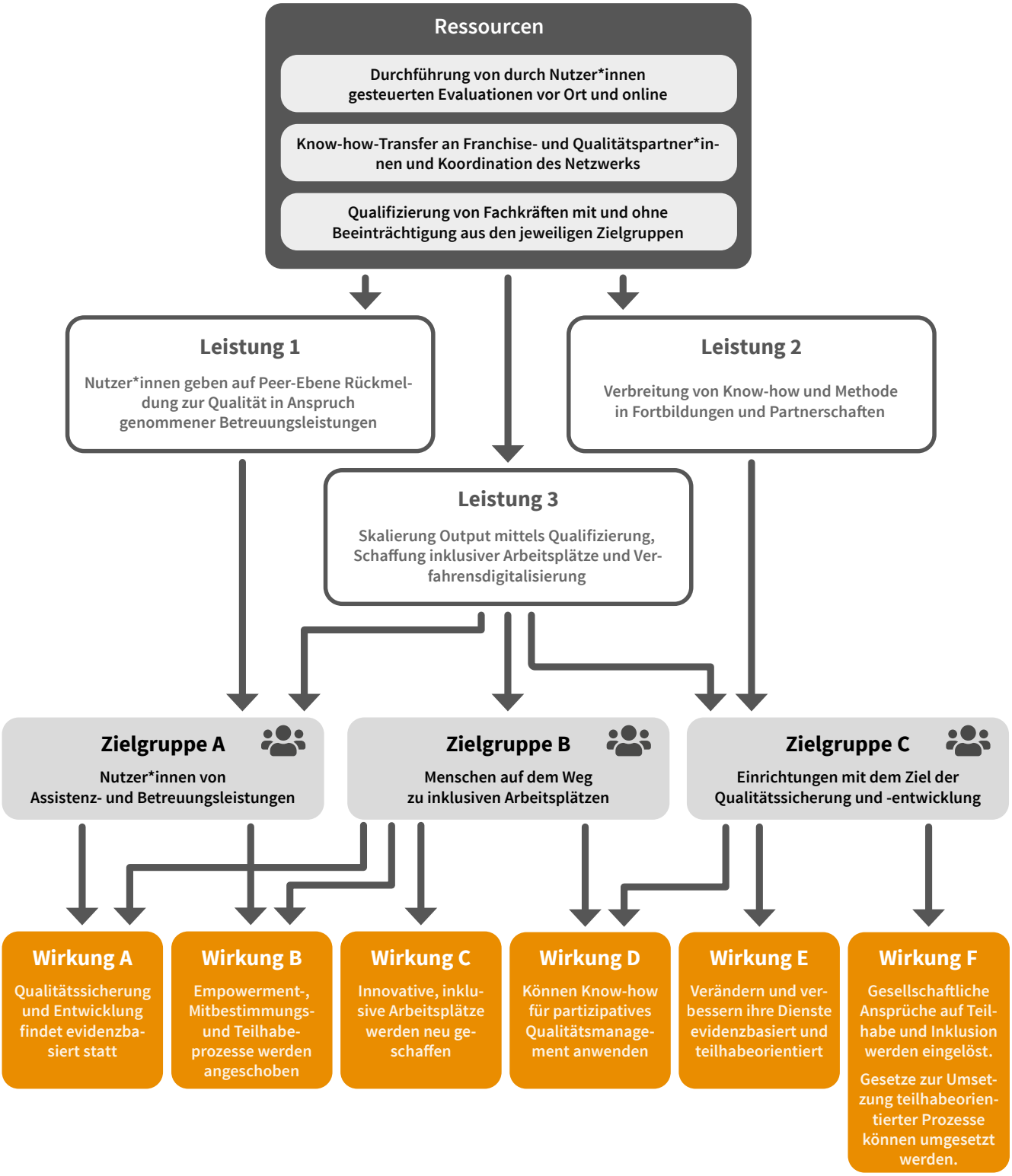
Impact

- 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




Ressourcen
Durchführung von durch Nutzer*innen gesteuerten Evaluationen vor Ort und online
Know-how-Transfer an Franchise- und Qualitätspartner*innen und Koordination des Netzwerks
Qualifizierung von Fachkräften mit und ohne Beeinträchtigung aus den jeweiligen Zielgruppen
Leistung 1
Nutzer*innen geben auf Peer-Ebene Rückmeldung zur Qualität in Anspruch genommener Betreuungsleistungen
Leistung 2
Verbreitung von Know-how und Methode in Fortbildungen und Partnerschaften
Leistung 3
Skalierung Output mittels Qualifizierung, Schaffung inklusiver Arbeitsplätze und Verfahrensdigitalisierung
Zielgruppe A
Nutzer*innen von Assistenz- und Betreuungsleistungen
Zielgruppe B
Menschen auf dem Weg zu inklusiven Arbeitsplätzen
Zielgruppe C
Einrichtungen mit dem Ziel der Qualitätssicherung und -entwicklung
Wirkung A
Qualitätssicherung und Entwicklung findet evidenzbasiert statt
Wirkung B
Empowerment-, Mitbestimmungs- und Teilhabeprozesse werden angeschoben
Wirkung C
Innovative, inklusive Arbeitsplätze werden neu geschaffen
Wirkung D
Können Know-how für partizipatives Qualitätsmanagement anwenden
Wirkung E
Verändern und verbessern ihre Dienste evidenzbasiert und teilhabeorientiert
Wirkung F
Gesellschaftliche Ansprüche auf Teilhabe und Inklusion werden eingelöst.
Gesetze zur Umsetzung teilhabeorientierter Prozesse können umgesetzt werden.

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 %

3.2 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.

3.3 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 Netzwerks 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 Mitbewerb 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 berechtigte Möglichkeiten, über den Einstieg bei bestehenden Kund*innen auch einen Zugang zu deren Netzwerken zu bekommen.

5. Organisationsstruktur und Team

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.

Gründer und Absender der Marke nueva

Weiterentwicklung, Social Business, Skalierung, Digitalisierung

5.2 Mitarbeiter*innen

Die CFS Gmbh hatte im Jahr 2020 19 hauptamtliche Mitarbeiter*innen, davon eine Mitarbeiterin mit Behinderung. Umgerechnet in Vollzeitstellen waren es 16,5 Vollzeitstellen, um 4,9 Vollzeitstellen mehr als 2019.

Anzahl in Köpfen und Vollzeitstellen (VZÄ)	2018	2019	2020	Differenz
Anzahl Mitarbeitende CFS gesamt	11	15	19	4
davon hauptamtlich	11	15	19	4
davon Honorarkräfte	0	0	0	0
davon ehrenamtlich	0	0	0	0
davon Mitarbeitende mit Behinderungen	1	1	1	0
Rechnerische Anzahl an Vollzeitstellen	9,1	11,6	16,5	4,9

5.3 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 stürmischen Situationen ruhig.

Helmut Schinnerl
Co-Founder. Bringt Gelassenheit ins Team. Und ist sehr genau.

Martin Konrad
Bereichsleiter. nueva Allrounder der ersten Stunde. Und die schönste Stimme des Sozialbereichs.

5.4 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

Organisation

C

6. Organisation

Auf den nächsten Seiten finden Sie alle formalen und finanziellen Daten zur CFS GmbH.

6.1. Allgemeine Angaben

Die Gesellschaft ist ein Sozialunternehmen, dessen Kerngeschäft auf die möglichst ursächliche Lösung gesellschaftlicher Probleme abzielt. Die Gesellschaft ist wirtschaftlich tätig und gewinnorientiert. Die Gewinnerzielung dient vor allem der Erreichung und nachhaltigen Sicherung sowie Skalierung der erwünschten und jährlich berichteten gesellschaftlichen Wirkung.

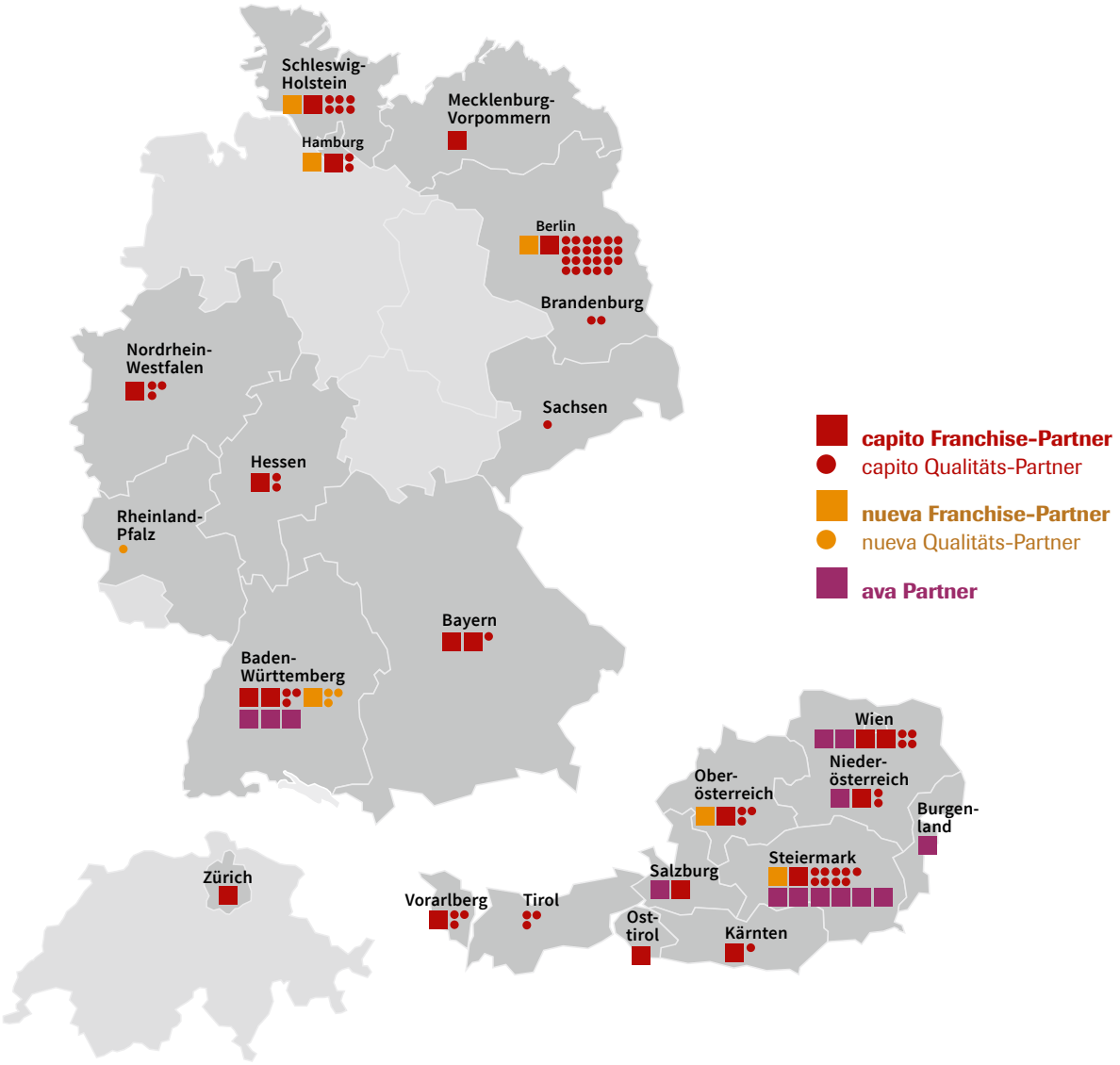
Das Prinzip der Optimierung des Social Impact vor Gewinnmaximierung (Impact First) ist zentrale Leitlinie für die geschäftliche Tätigkeit. Ziel der Gesellschaft ist die selbstbestimmte Teilhabe und Chancengleichheit von Menschen mit Behinderungen, insbesondere Menschen mit Lernschwierigkeiten in allen gesellschaftlichen Lebensbereichen. Die für dieses Ziel entwickelten Dienstleistungen und Produkte sind darüber hinaus für viele weitere gesellschaftliche Gruppen notwendig oder zumindest hilfreich und tragen zu einer inklusiven Gesellschaft bei, die möglichst wenige Menschen ausschließt und deren Potenziale nutzt.

Die Gesellschaft ist rechtlich vollkommen eigenständig und unabhängig, kooperiert jedoch zur Wirkungsverstärkung mit der gemeinnützigen „atempo Betriebsgesellschaft mit beschränkter Haftung“ und dem gemeinnützigen Verein ‚atempo, zur Gleichstellung von Menschen‘.“ (Pkt. II des Gesellschaftsvertrags der CFS GmbH).

Name	CFS – Consulting, Franchise & Sales GmbH
Sitz der Organisation gemäß Satzung	Graz, Österreich
Gründung	2004
Rechtsform	Gesellschaft mit beschränkter Haftung
Status*	GmbH mit dem Prinzip „Impact First”*
Adresse Telefon E-Mail	A-8010 Graz, Heinrichstraße 145 +43 316 81 47 16 0 nueva@nueva-network.eu
Website	www.nueva-network.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



6.2 Governance der Organisation

6.2.1 Leitungsorgan

Walburga Fröhlich und Klaus Candussi führen die Geschäfte der CFS GmbH. Ihre Befugnisse sind in den Geschäftsordnungen sowie in ihrem Dienstvertrag geregelt.

6.2.2 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.

6.2.3 Interessenskonflikte

Interessenkonflikte 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.

6.3 Eigentümerstruktur, Mitgliedschaften und verbundene Organisationen

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“.

6.3.1 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

6.3.2 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
Gründerinnen und Gründer	*52%*
Walburga Fröhlich	21,72%
Klaus Candussi	21,72%
Helmut Schinnerl	8,73%
Impact Investoren	*35%*
BonVenture II GmbH & Co KG	11,55%
Hermann Arnold	3,16%
Better Future Beteiligungsmanagement	20,64%
Family & Friends	*10%*
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%
*Mitarbeiter*innen*	*2,09%*
atempo Mitarbeitenden Beteiligungs-Verein & CO KG	2,09%
Gesamt	**100%**

7. Finanzen und Rechnungslegung

Auf den folgenden Seiten finden Sie Angaben zur Vermögensrechnung, sowie Einnahmen und Ausgaben der CFS GmbH.

7.1 Vermögensrechnung

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
Verbindlichkeiten	Währung, Einheit [Euro]		
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**

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
Verbindlichkeiten	Währung, Einheit [Euro]		
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**

7.2 Einnahmen und Ausgaben

CFS, Consulting, Franchise & Sales GmbH

Der größte Einnahmenteil der CFS GmbH wird mit Produkten und Dienstleistungen am freien Markt und mit Beiträgen zum Franchisesystem erlöst. Förderungen erhält die CFS GmbH für Forschungsaktivitäten und Produktentwicklungen. Zu den sonstigen Einnahmen zählen Lohnkostenzuschüsse für behinderte Mitarbeitende, Reisekosten-Rückersätze und pandemiebedingte Zuschüsse.

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 und benötigte keine staatliche Unterstützung mehr. 2020 übersprang die CFS GmbH die 1 Mio Euro Umsatzgrenze.

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**

7.3 Finanzielle Situation und Planung

Erlöse 2020 gesamt	CFS GmbH	Anteil
Forschung/Entwicklungsförderung	182.177	14 %
Subventionen (Land, Bund, EU)	-	0,0 %
Leistungsverträge mit öff. Hand für Bildung	-	0,0 %
Markterlöse Dienstleistungen und Produkte	1.077.384	83,8 %
sonstige	26.625	2,1 %
Erlöse gesamt	**1.286.186**	**100 %**

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

nueva

Dieser Bericht orientiert sich am Social Reporting Standard.
Mehr unter www.social-reporting-standard.de
Dieser Bericht steht auf www.nueva-network.eu zum Download zur Verfügung.

Impressum
Herausgeber, Medieninhaber: atempo GmbH
Text: Walburga Fröhlich, Klaus Candussi, Eva Bucht, Martin Konrad
Gestaltung: Katharina Binder, The Flow Marketing KG