

Wirkungsorientierter Geschäftsbericht

nach dem Social Reporting Standard



A

Einleitung	3
1.1 Vision und Ansatz	3
1.2 Gegenstand des Berichts	3

B

2 Das gesellschaftliche Problem und der Lösungsansatz	6
2.1 Das gesellschaftliche Problem	6
2.2 Bisherige Lösungsansätze	8
2.3 Der Lösungsansatz	8
3 Ressourcen, Leistungen und Wirkungen im Berichtszeitraum	12
3.1 Eingesetzte Ressourcen	12
Erbrachte Leistungen (Output)	13
Erreichte Wirkungen (Outcome/Impact)	13
3.4 Darstellung der Ressourcen, Leistungen und Wirkungen im Berichtszeitraum	15
3.5 Maßnahmen zur begleitenden Evaluation und Qualitätssicherung	15
3.6 Vergleich zum Vorjahr: Grad der Zielerreichung, Lernerfahrungen und Erfolge	16
4 Planung und Ausblick	17
4.1 Planung und Ziele	17
4.2 Einflussfaktoren: Chancen und Risiken	17
5 Organisationsstruktur und Team	18
5.1 Organisationsstruktur	18
5.2 Vorstellung der handelnden Personen	19
5.3 Partnerschaften, Kooperationen und Netzwerke	19

C

6 Die Organisation - Organisationsprofil	22
6.1 Allgemeine Angaben	22
6.2 Governance der Organisation	25
6.3 Eigentümerstruktur, Mitgliedschaften und verbundene Organisationen	26
7 Finanzen und Rechnungslegung	28
7.1 Buchführung und Rechnungslegung	28
7.2 Vermögensrechnung	29
7.3 Einnahmen und Ausgaben	31
7.4 Finanzielle Situation und Planung	33

Anhang	35
Wirkungsbericht 2013 - Auszug	
Wirkungsbericht 2014 - Auszug	

Einleitung

capito ist ein Beispiel für ein Social Business, das vor 20 Jahren in einer kleinen Nische entstand, sich mit den Herausforderungen der immer vielfältiger und anspruchsvoller werdenden Kundschaft stetig fachlich und methodisch weiterentwickelte und seine soziale Wirkung durch einen technologischen Innovationssprung exponentiell steigern konnte und noch steigern wird.

1.1 Vision und Ansatz

Endlich alles verstehen und mitreden zu können, das ist die Vision von capito für alle Menschen auf dieser Erde. Nicht mehr länger sollen Lernschwierigkeiten, Leseprobleme oder sprachliche Barrieren Menschen daran hindern, sich Wissen anzueignen, wichtige Informationen für ihr Fortkommen zu nutzen oder sich in unserer Gesellschaft gut und transparent informiert zu fühlen.

1.2 Gegenstand des Berichts

Wir berichten über capito im deutschsprachigen Raum im Jahr 2019. Wir berichten anhand des SRS Social Reporting Standard. Für den Bericht verantwortlich ist unsere Geschäftsführung.

Wir wünschen Ihnen viel Vergnügen und freuen uns über Rückmeldungen.



Walburga Fröhlich & Klaus Candussi

Graz, Juli 2020







capito

B

2 Das gesellschaftliche Problem und der Lösungsansatz

2.1 Das gesellschaftliche Problem

Mehr als die Hälfte der Erwachsenen im deutschsprachigen Raum lesen auf Lesekompetenzlevel 0 bis 2 auf der Skala der

OECD zum internationalen Vergleich der Lesekompetenzen. Laut OECD ist für eine effektive Kommunikation mit Behörden ein Kompetenzlevel von mindestens 3 notwendig. Dieser Level wird von 54,3 % der Erwachsenen in Österreich nicht erreicht.

Lesekompetenzstufen im internationalen Vergleich (16- bis 65-Jährige)

Länder	Kompetenzstufen						
	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

Abbildung 1: 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

Abbildung 1: Lesekompetenzen Erwachsener in Österreich

Der Großteil aller öffentlich angebotenen Informationen von Unternehmen, Behörden und NGOs ist auf einem Kompetenzlevel von 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.

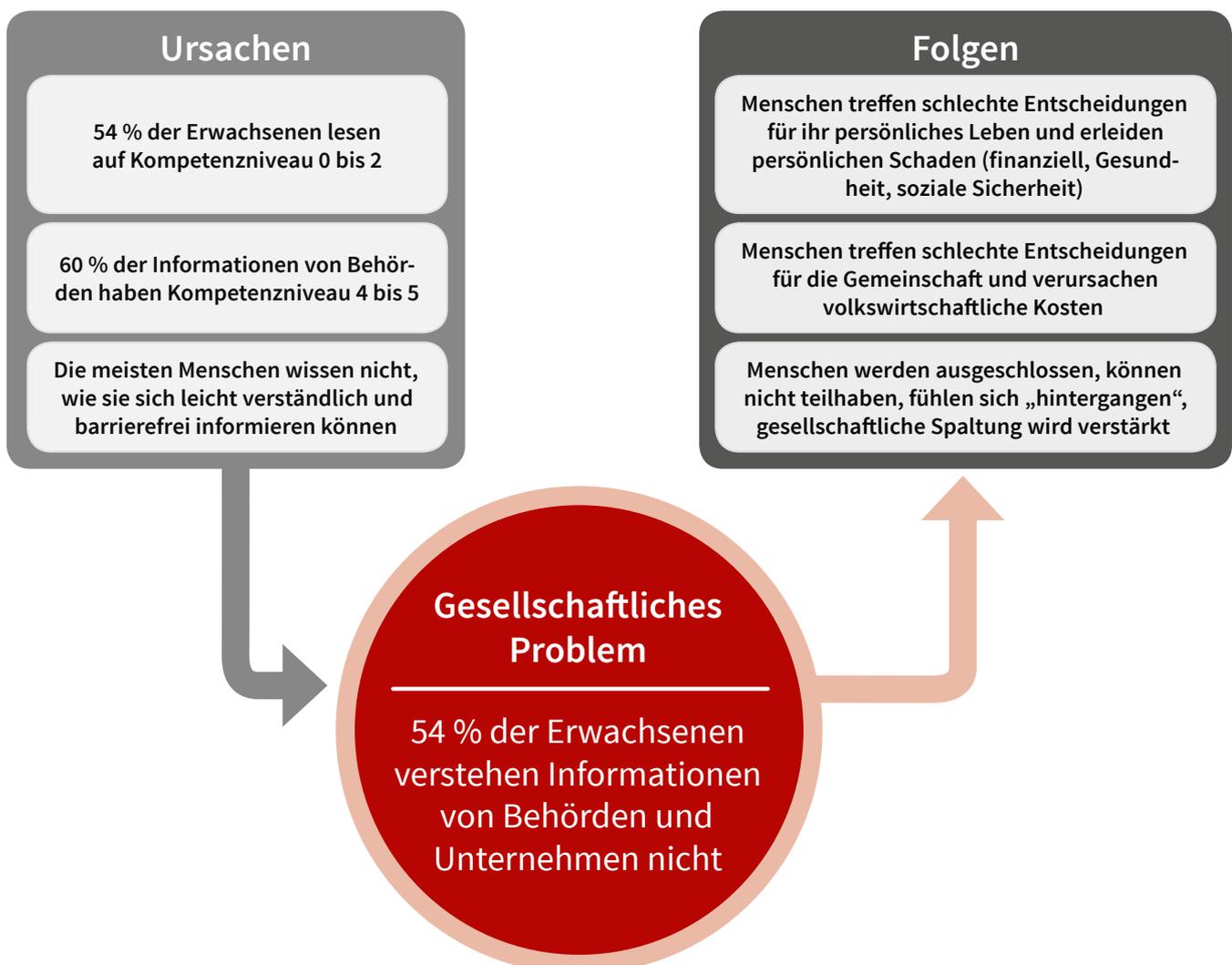
Lesekompetenz	Anteil der Bevölkerung	Informationsangebot
Hoch	8,4% 	60% 
Mittel	37,3% 	20% 
Niedrig	52,5% 	15% 
Mangelnd	1,8% 	5% 

Abbildung 2: Gegenüberstellung der Lesekompetenzen Erwachsener in Österreich mit den angewandten Sprachlevel 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 persönlichen finanziellen, gesundheitlichen und sozialen Schaden.

Dieses Problem betrifft Menschen mit Lernschwierigkeiten, nicht-deutscher Erstsprache oder Leseproblemen besonders massiv und ständig. Menschen, denen für ein bestimmtes Fachthema das Vorwissen oder der Wortschatz fehlen, und deren Sprachkompetenzen nicht exzellent sind, 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.



A

B

capito

C

Organisation

Anhang

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 und die jetzt einen Bescheid, einen Kaufvertrag, eine Gesundheitsinformation, eine neue Richtlinie oder andere wesentliche Informationen für ihr Leben lesen und für eine gute Entscheidung verstehen sollten. Sie brauchen diese Information jetzt leichter verständlich und sie können ihre Lesekompetenzen nur dann verbessern, wenn sie Informationen bekommen, die sie mit ihrem aktuellen Sprachkompetenz-Niveau auch bewältigen können.

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

Informationen nach der capito-Methode werden 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 Vertreterinnen und Vertretern der Zielgruppen in einem standardisierten Prüfverfahren auf Verständlichkeit überprüft. Damit soll sichergestellt werden, 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 den Ländern

Deutschland, Österreich und Schweiz und Koordination von Social-Franchise- und Qualitätspartnerschaften, Lehrgänge, Workshops und e-Learning-Angebote

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 mit Künstlicher Intelligenz

Die capito KI überträgt Informationen automatisch 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.

Kundinnen, Kunden und Zielgruppen

Kundinnen und Kunden der Leistungen von capito sind Unternehmen, Behörden und NGOs aus unterschiedlichsten Branchen. Die Zielgruppen von capito sind alle Adressatinnen und Adressaten unserer Kundinnen und Kunden.

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.

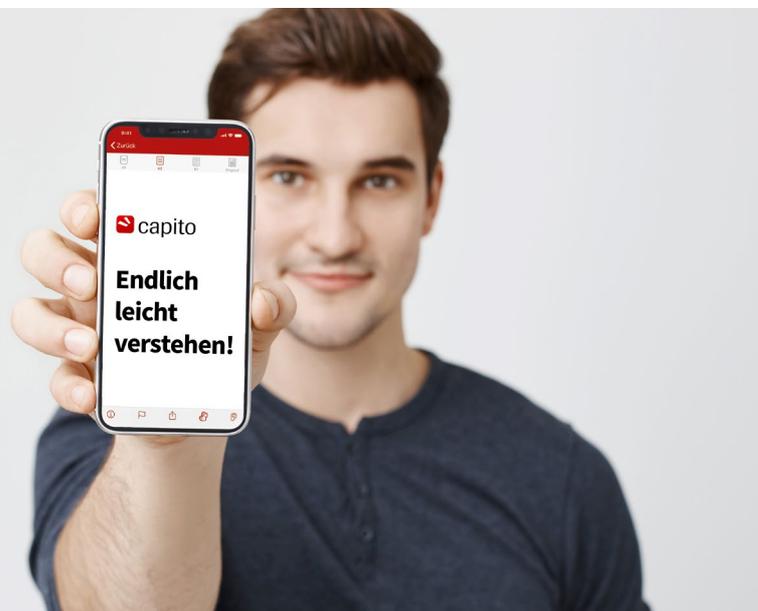
2.3.2 Intendierte Wirkungen (Outcome/Impact) auf direkte und indirekte Zielgruppen

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.



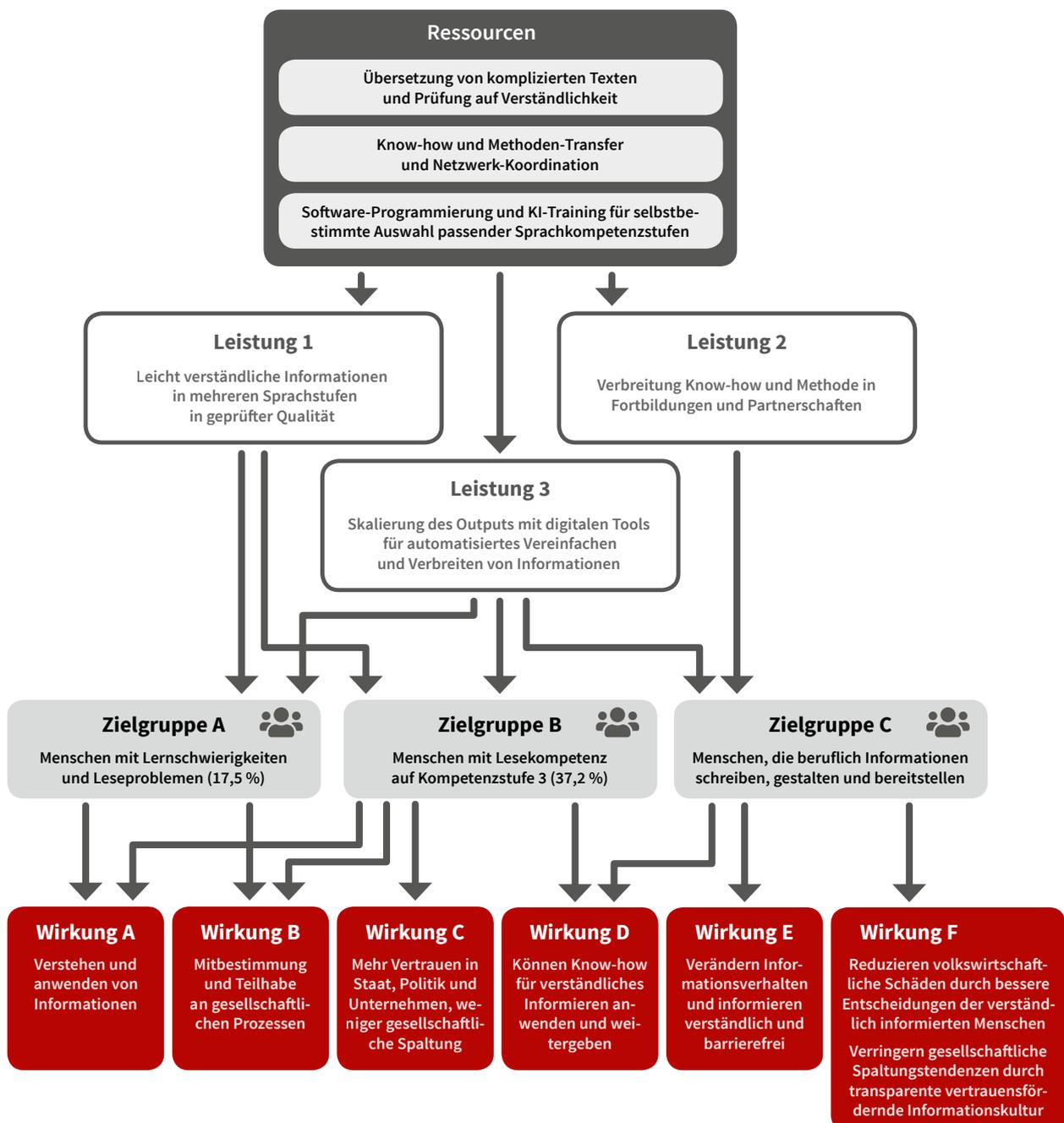
- Mehr Transparenz und Vertrauen in Staat, Politik und Unternehmen durch kostengünstig und flexibel zugängliche, qualitativ hochwertig automatisierte Übertragung von Informationen in verständliche Sprachstufen.

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

Wir konzentrieren unseren sozialen Wirkungsanspruch ganz besonders auf Menschen mit Lernschwierigkeiten, Menschen mit Migrationshintergrund und

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

Abbildung 3: Lösungsansatz



2.3.3 Darstellung der Wirkungslogik

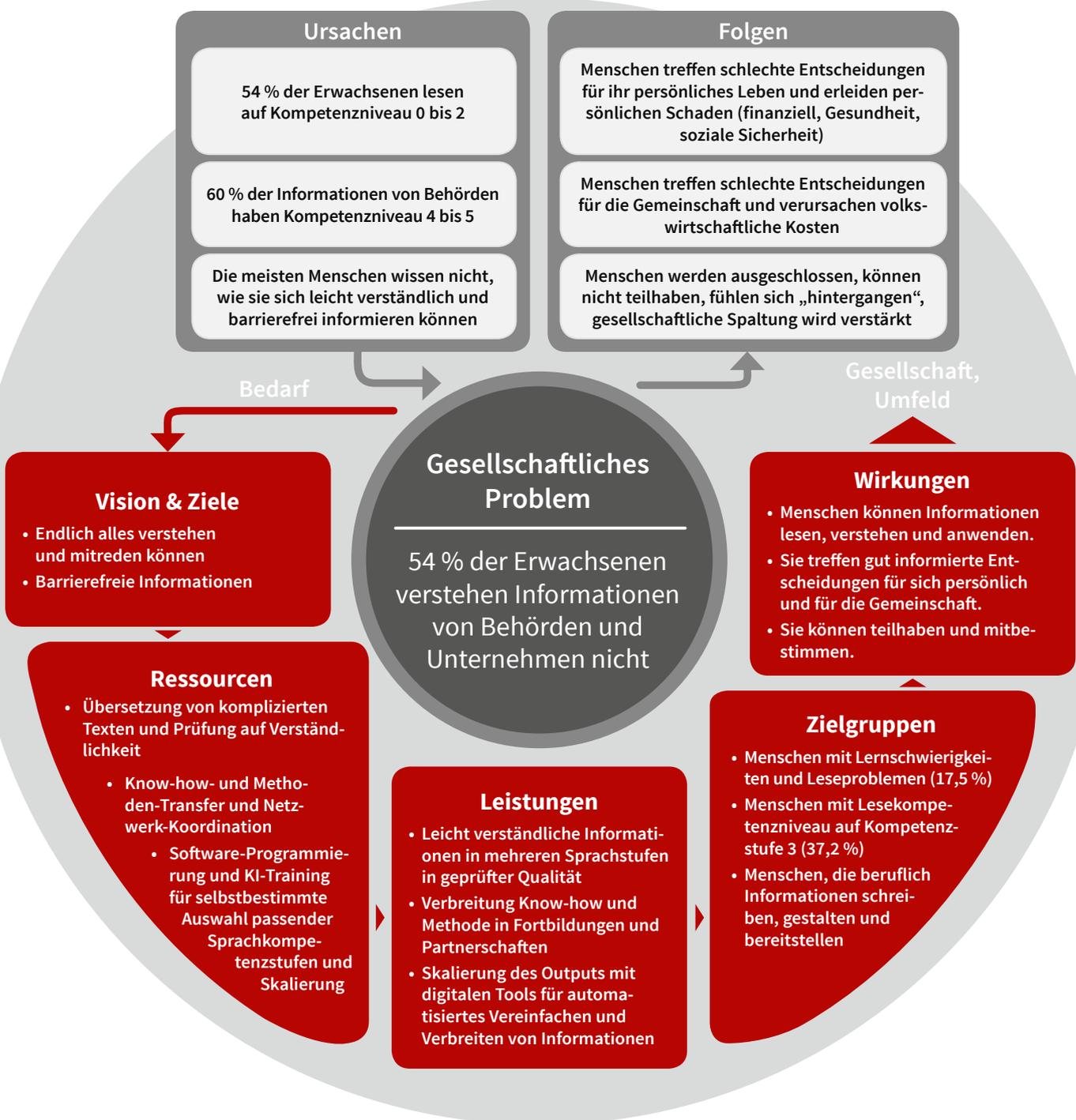


Abbildung 4: Wirkungslogik

3 Ressourcen, Leistungen und Wirkungen im Berichtszeitraum

3.1 Eingesetzte Ressourcen

Der Input besteht aus:

- der manuellen Übersetzung/Übertragung komplizierter Texte durch Redakteurinnen und Redakteure und Überprüfung der Verständlichkeit, sowie des barrierefreien Zugangs durch Vertreterinnen und Vertreter 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 E-Learning-Modulen für Anwenderinnen und Anwender von leicht verständlicher Sprache.
- Vernetzung und Koordination der Partner-Systeme „Social Franchising“ und „Qualitätspartnerschaften“.
- Software-Programmierung für die digitale Speicherung, Sicherung, Bereitstellung 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 2019 Personalressourcen von 617 Menschen eingesetzt. Diese 617 Menschen haben insgesamt 75.195 Stunden für capito gearbeitet, das sind 38 Vollzeit-Äquivalente. Die Personalkosten für capito lagen im Jahr 2019 bei ca. 1,5 Millionen Euro; dazu kam ein Sachaufwand von knapp 900.000 Euro. Der gesamte Input von capito im Jahr 2019 betrug 2,4 Millionen Euro.

Der 3-Jahres-Vergleich zeigt einen deutlichen Anstieg der Mitarbeitenden nach mehreren gleichbleibenden Jahren an. Grund dafür ist der zusätzliche Ressourceneinsatz für die Umsetzung der Digitalisierungs-Strategie.

Jahr	Mitarbeitende	Einsatz [in EUR]	Vollzeitäquivalente
2017	418	1.572	30
2018	607	1.500	30
2019	617	2.420	38
Steigerung	48 %	54 %	25 %

Erbrachte Leistungen (Output)

Im Jahr 2019 hat capito insgesamt 980 Produkte oder Dienstleistungen für 558 Kundinnen und Kunden produziert bzw. erbracht. Davon entfiel etwa die Hälfte auf Übersetzungsprodukte, Prüfungen und Software-Produkte und die andere Hälfte auf Wissenstransfer in Lehrgängen, Workshops und E-Learning-Modulen.

Außerdem koordinierte capito ein Netzwerk von insgesamt 81 Social Franchise- und Qualitätspartner-Organisationen.

2019 wurden auch die ersten 3 Entwicklungspartner für das Training künstlicher Intelligenz (KI) für automatisierte Übersetzungen gewonnen und beteiligen sich mit Technologiebeiträgen und Daten.

Erreichte Wirkungen (Outcome/Impact)

Zur Wirkung von leicht verständlichen Informationen, die den Zielgruppen 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 im Anhang dieses Wirkungsberichts enthalten.

Eine weitere Untersuchung wurde mit Nutzerinnen und Nutzern 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 Nutzerinnen und Nutzer.

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

Wirkungstreppe

Direkte Zielgruppen

Indirekte Zielgruppe



Als Lesende erreicht wurden im Jahr 2019 knapp 1,8 Millionen Menschen in Österreich, Deutschland und der Schweiz. Die Zählung erfolgt über Angaben unserer Kundinnen und Kunden zur Nutzung der Informationsprodukte und über Metriken der capito-eigenen Software-Produkte. capito-Fortbildungen, -Beratungen und -E-Learning Module wurden von 342 Menschen absolviert. Das erworbene Wissen bzw. die gewonnenen Erkenntnisse setzten diese Menschen wiederum in ihrem Tätigkeitsfeld wirksam für 18.100 Menschen um. Beispielsweise Lehrerinnen und Lehrer in ihren Schulklassen, Hoteldirektorinnen und Hoteldirektoren bei der barrierefreien Gestaltung ihres Angebots oder Sachbearbeiterinnen und Sachbearbeiter in Behörden bei der Erstellung von Bescheiden. Auch hier erfolgt die Zählung über die Angaben unserer Kundinnen und Kunden zu deren Umsetzungsverhalten.

capito schafft bezahlte Arbeit für Menschen mit Lernschwierigkeiten und Behinderungen und bewirkt damit, dass diese über eigenes Geld verfügen und selbstbestimmter leben können. Im Jahr 2019 waren 509 Menschen mit Lernschwierigkeiten und Behinderungen bei capito als Prüferinnen und Prüfer von Informationen und Dienstleistungen (auf Honorarbasis) oder als angestellte Expertinnen und Experten 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. Statt wie in den Jahren davor etwa 400.000 Menschen zu erreichen, sind es nun knapp 1,4 Millionen mehr durch die Bereitstellung der Informationen mit den digitalen Anwendungen von capito.

Der 3-Jahres-Vergleich zeigt eine kleine Steigerung der Anzahl an Produkten und Dienstleistungen und Kundinnen und Kunden bei einer Vervierfachung der damit erreichten Menschen und dem 2,4-fachen des erzielten Auftragswerts. Diese Steigerung ergibt sich aus den neuen digitalen Produkten von capito digital. Diese ermöglichen einerseits die Produktion größerer Textmengen (mehrere Sprachstufen) und andererseits werden diese Texte viel mehr Menschen zugänglich gemacht, als auf analogem Weg möglich wäre.

Die oft geäußerte Befürchtung, dass Digitalisierung Arbeitsplätze kostet, kann nicht bestätigt werden, im Gegenteil. Mit der Digitalisierung stieg auch die Anzahl der eingesetzten Prüferinnen und Prüfer, da die Textmenge pro Auftrag deutlich gesteigert werden konnte.

Output und Outcome im 3-Jahres-Vergleich	2017	2018	2019	Steigerung
Anzahl Produkte und Dienstleistungen	835	700	980	17 %
Anzahl Kundinnen und Kunden	487	539	558	15 %
Erreichte Menschen	394.636	1.308.905	1.766.182	348 %
Arbeit für Menschen mit Behinderungen	266	382	509	89 %
Auftragswert gesamt [in Tausend Euro]	1.330	1.700	3.186	140 %

3.4 Darstellung der Ressourcen, Leistungen und Wirkungen im Berichtszeitraum

Überblick Ressourcen, Leistungen, Outcome	Jahre		
	2017	2018	2019
Ressourcen			
Mitarbeitende	418	607	617
Ausgaben in Tausend Euro	1.572	1.500	2.420
Leistungen			
Übersetzungen	708	697	479
Fortbildungen	123	123	475
Digitalisierungsprojekte	4	4	26
Leistungen Summe	835	824	980
Wirkungen (Stufen der Wirkungstreppe)			
Überzeugte Kundinnen und Kunden (1)	487	539	558
Leserinnen und Leser gesamt (4 bis 5)	384.136	1.300.905	1.748.081
davon Nutzerinnen und Nutzer digitaler capito Services (3 bis 5)	3.000	1.000.905	1.451.703
Begünstigte der Fortbildungs-Teilnehmenden gesamt (7)	7.500	8.000	18.101
Menschen mit Lernschwierigkeiten mit bezahlter Arbeit (6)	266	382	509

3.5 Maßnahmen zur begleitenden Evaluation und Qualitätssicherung

capito hat einen für alle Partnerinnen und Partner verbindlichen Qualitäts-Standard entwickelt. Sein Kernstück ist ein dreistufiges Prüfverfahren, das jedes Informationsprodukt durchlaufen muss. Nur Produkte, welche die Verständlichkeitsprüfung durch Vertreterinnen und Vertreter 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 Qualitäts-Standards verpflichtet alle Partnerinnen und Partner von capito, ihre Prüferinnen und Prüfer mit Lernschwierigkeiten für ihre Prüftätigkeit mit einem Stundensatz von 10 € zu entlohnen. capito ist das einzige Netzwerk für leicht verständliche Information im deutschen Sprachraum mit einem Qualitäts-Standard, der von einer externen und unabhängigen Zertifizierungsstelle, dem TÜV, überprüft wird.

A

B

capito

C

Organisation

Anhang

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

Die stärkste Steigerung betrifft die Anzahl der Menschen, die leicht verständliche Informationen von capito nutzen, und resultiert aus der Digitalisierung und den damit verbundenen Skalierungsmöglichkeiten.

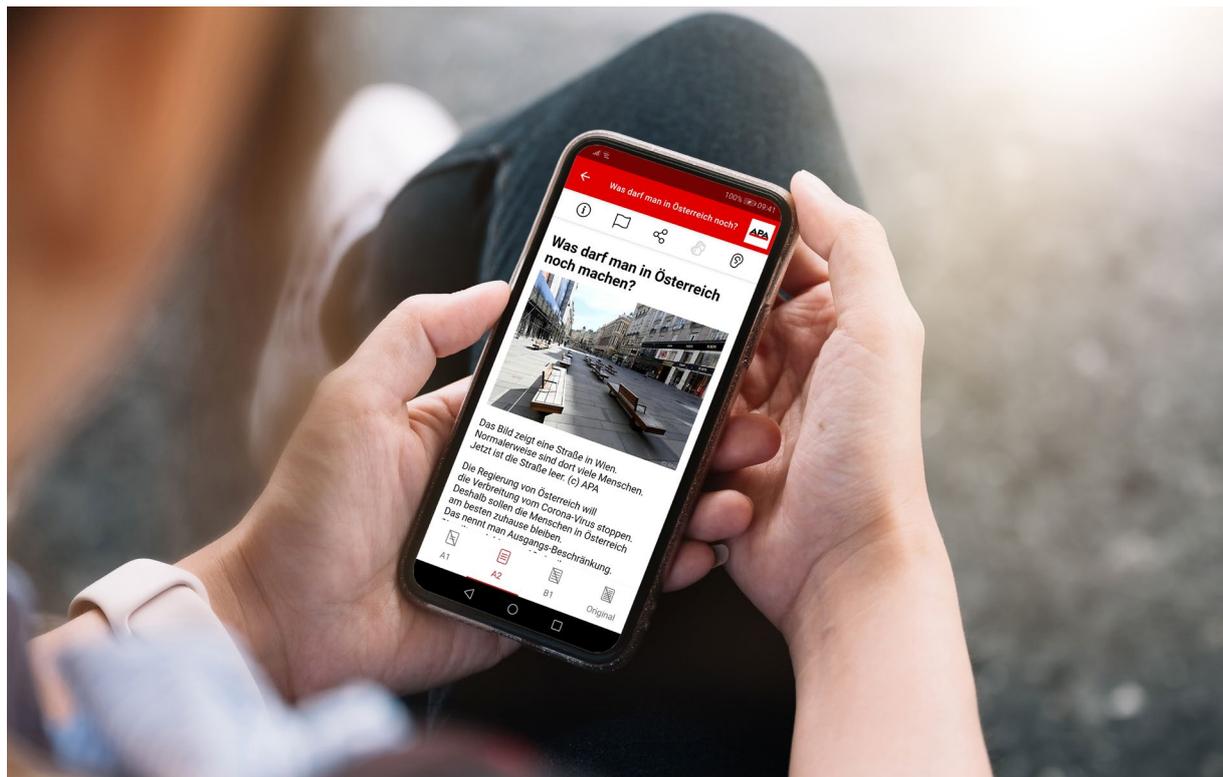
Wichtiger als die quantitative Entwicklung ist die qualitative Verbesserung durch Digitalisierung: Dass die Leserinnen und Leser von capito-Produkten via App oder Web-View selbstbestimmt und flexibel aus mehreren Sprachstufen die für sie richtige wählen können, war und ist mit herkömmlichen Printprodukten oder Websites nicht möglich. Aber erst die flexible und selbstbestimmte Auswahl und die Vergleichsmöglichkeit mit dem Originaltext bewirken echtes Empowerment, da nicht mehr von anderen vorbestimmt wird, was und wieviel ein Mensch mit Lernschwierigkeiten in welcher Komplexität lesen darf oder soll.

Wichtige Erfolge sind die Etablierung des leicht verständlichen Nachrichtendienstes „TopEasy“ in der APA und damit verbunden der erfolgte Know-How-Transfer in die

APA-Redaktion. Wir gehen davon aus, dass dieses Beispiel Schule machen und den Nachrichten-Sektor nachhaltig verändern wird. Diese These ist zum Berichtszeitpunkt bestätigt, denn mittlerweile haben sowohl die deutsche Presseagentur als auch mehrere österreichische Medien begonnen, ebenfalls leicht verständliche Nachrichten zu produzieren und die von der APA zur Verfügung gestellten Nachrichten zu verbreiten.

Ein weiterer wichtiger Erfolg ist der Start der KI-Entwicklung und damit verbunden die Gewinnung der ersten Entwicklungspartner für KI-Trainingsprojekte. Entwicklungspartner sind Organisationen mit großen Datenmengen (Informationen), die sie an ihre Zielgruppen vermitteln wollen und die sie leichter verständlich gestalten wollen.

Außerdem konnten 2019 wichtige Franchise- und Vertriebspartner für capito gewonnen werden, unter anderem die APA mit ihrer Vertriebsabteilung für Kommunikationsmittel von Unternehmen und Behörden.



4 Planung und Ausblick



4.1 Planung und Ziele

Übersetzungen in leichter verständliche Sprachstufen sind sehr aufwändig, solange jeder Text manuell übersetzt werden muss. Schwerpunkt unserer Planung für 2020 und Folgejahre ist daher der Bereich Forschung und Entwicklung zum Nutzbarmachen von künstlicher Intelligenz, um zunächst die Effizienz der Dienstleistung zu steigern und die Kosten pro übersetzte Seite zu senken. Dadurch erwarten wir uns, dass unsere Kundinnen und Kunden 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, wobei bei Zielerreichung Menschen mit Lernschwierigkeiten mit ihrer Prüfgruppenarbeit ihren Anteil an der Wertschöpfung von derzeit 10 % auf 50 % erhöhen würden.

Wir gehen davon aus, dass das Auftragsvolumen nicht sinken, sondern im Gegenteil steigen wird, was bedeutet, dass wir bei gleichen Kosten sieben- bis zehnmals 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.

4.2 Einflussfaktoren: Chancen und Risiken

Forschung an und Entwicklung von künstlicher Intelligenz für qualitativ hochwertige 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-Investorinnen und -Investoren, die neben ihrem Investment Know-How einbringen und uns begleiten.

Ebenso als Chance sehen wir, dass das zugrunde liegende Problem von immer mehr Menschen immer besser verstanden wird und die Bereitschaft steigt, nicht die Symptomträgerinnen und -träger 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 und Team

5.1 Organisationsstruktur

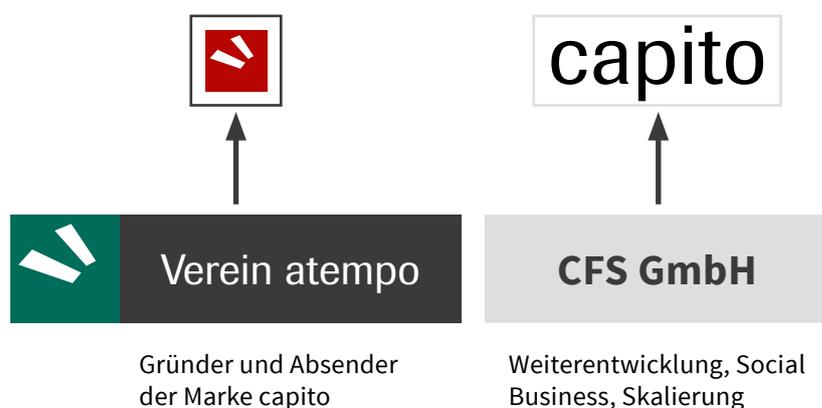
Das Projekt capito wurde in den Jahren 2001 bis 2004 vom gemeinnützigen Verein „atempo zur Gleichstellung von Menschen“ erfunden und entwickelt. Ausgangspunkt für capito war die Erkenntnis, dass Menschen mit Lernschwierigkeiten weit mehr lernen und wissen können als allgemein angenommen, wenn sie Informationen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

Die Gründerinnen und Gründer 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 Projekten wie capito.

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.



Walburga Fröhlich

Business Plan
Sozial-Unternehmerin durch und durch.
Sprüht vor Ideen.



Klaus Candussi

Finanzierung
Visionär und Netzwerker.
Auch in stürmischen Situationen ruhig.



Helmut Schinnerl

Projektcontrolling
Bringt Gelassenheit ins Team.
Und ist sehr genau.

5.3 Partnerschaften, Kooperationen und Netzwerke

capito wird in Social-Franchise-Partnerschaften und Kooperationen skaliert. Die CFS GmbH ist Franchisegeberin und treibt die Entwicklung gemeinsam mit 21 Social Franchise-Partnerorganisationen in Österreich, Deutschland und der Schweiz voran. Darüber hinaus wenden weitere 60 unterschiedliche Organisationen capito für ihre eigene Kommunikation intern an und sind mit dem capito-Netzwerk als sogenannte Qualitätspartner verbunden. Solche Qualitätspartner sind beispielswei-

se gemeinnützige NGOs, aber auch Behörden-Abteilungen oder Behinderten-Beauftragte. Auch diese Partnerschaften tragen zur Veränderung der Gesellschaft bei.

Die Franchise-Partnerinnen und -Partner 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 überregional für das capito-Netzwerk auf.

capito wird mittlerweile von vielen Kundinnen und Kunden, 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.

atempo 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, im regionalen Verband der Sozialwirtschaft Steiermark und im Social Business Club Styria.

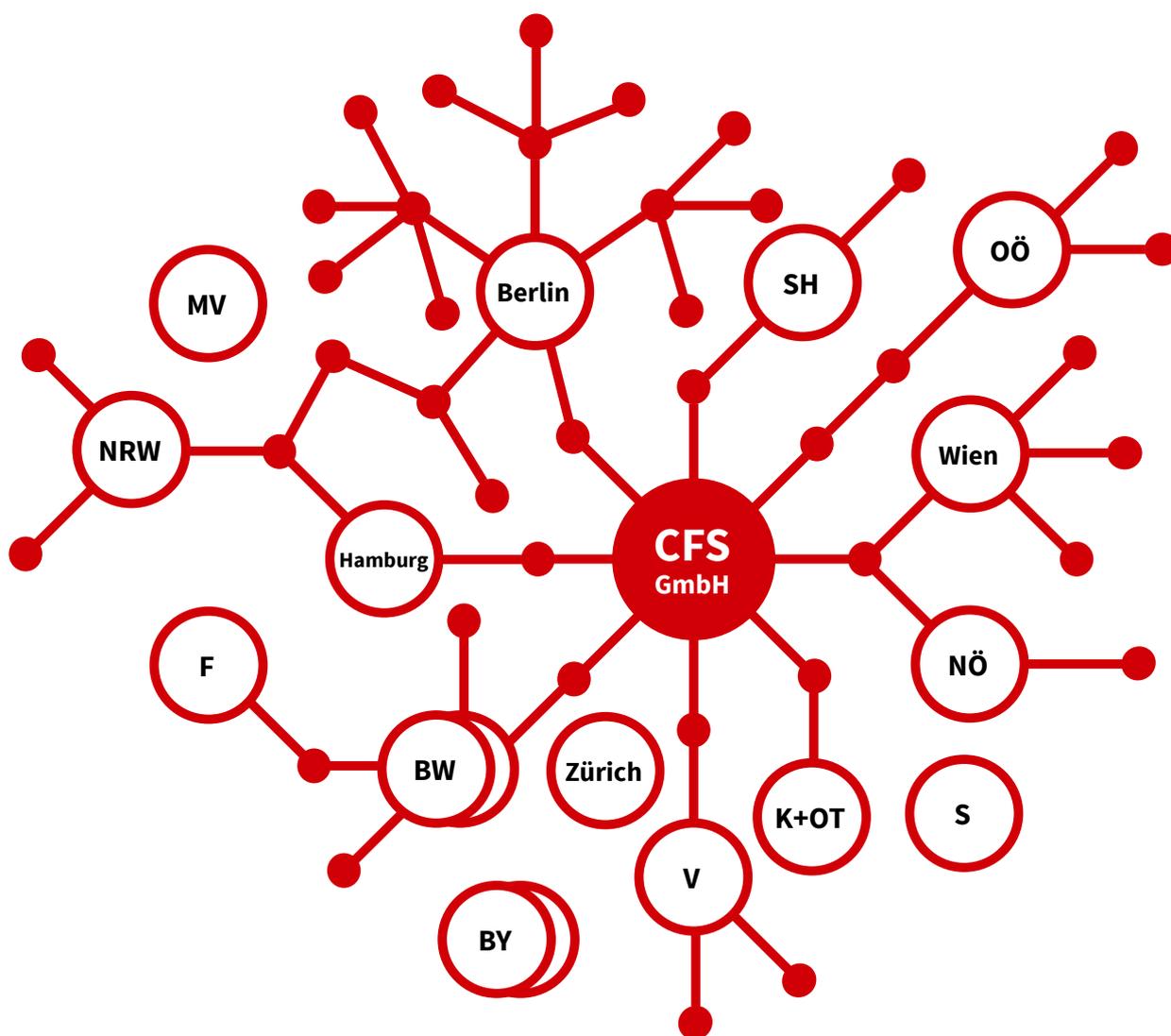


Abbildung: Die CFS GmbH als Franchisegeberin mit den Franchise- und Vertriebspartnern von capito im Jahr 2019.

Organisation



6 Die Organisation

Organisationsprofil

6.1 Allgemeine Angaben

Der Verein atempo zur Gleichstellung von Menschen als Gründer und Besitzer der Marke capito 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 CFS GmbH zeichnet für die Weiterentwicklung, Digitalisierung und Skalierung von capito 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
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.

Anzahl der Mitarbeitenden

Die folgende Tabelle zeigt die Anzahl der Mitarbeitenden in der CFS GmbH sowie die Anzahl der Mitarbeitenden für capito im gesamten capito Social Franchise-Netzwerk.

Anzahl in Köpfen und Vollzeitstellen (VZÄ)	2017	2018	2019	in VZÄ
Anzahl Mitarbeitende capito gesamt	418	607	617	38
Anzahl Mitarbeitende CFS GmbH	8	13	21	12
davon hauptamtlich capito gesamt	99	123	113	36
davon hauptamtlich CFS GmbH	8	13	21	12
davon Honorarkräfte capito gesamt	319	484	504	2
davon Honorarkräfte CFS GmbH	0	0	0	0
davon ehrenamtlich	0	0	0	0
davon Mitarbeitende mit Behinderungen	266	382	509	7

Der Mitarbeitenden-Stand in der CFS GmbH wächst seit Start der Digitalisierungsphase stärker als die Jahre davor, das Beschäftigungswachstum im gesamten Netzwerk bleibt hingegen kontinuierlich. Für die Mitarbeitenden mit Behinderungen bedeutet jede einzelne bezahlte Arbeitsstunde einen Zuwachs an Selbstbestimmung durch frei verfügbares Einkommen statt zweckgebundenen Sozialleistungen.

Im capito-Netzwerk mit allen Partnerinnen und Partnern arbeiteten 2019 insgesamt 617 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, sowohl angestellt als auch auf Honorarbasis. Arbeitsleistungen auf Honorarbasis werden vor allem in den sogenannten Prüfgruppen erbracht, in denen Produkte und Dienstleistungen auf ihre Barrierefreiheit hin überprüft werden.

509 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im atempo Netzwerk sind Menschen mit Behinderung. Insgesamt 19 % der fest angestellten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter haben eine Behinderung. Dieser Prozentsatz ist um 4 % höher als die Durchschnittsverteilung behinderter Menschen in der Gesellschaft. Diese beträgt laut OECD rund 15 %. Das bedeutet: Im Social Franchise-Netzwerk von capito arbeiten deutlich mehr behinderte Menschen in Festanstellung, als es dem Anteil behinderter Menschen in der Gesellschaft entspricht. Im Vergleich dazu arbeiten in den meisten herkömmlichen Unternehmen 0 % Menschen mit Behinderungen, obwohl Unternehmen ab einem Beschäftigtenstand von 20 Mitarbeitenden zur Beschäftigung einer behinderten Person verpflichtet sind.

6.2 Governance der Organisation

Die CFS GmbH ist rechtlich und wirtschaftlich eigenständig. Sie arbeitet nach dem Prinzip „Impact First“, das bedeutet, dass Maßnahmen zur Maximierung des Impacts Vorrang vor Maßnahmen zur Maximierung des Gewinns haben. Die CFS GmbH legt jährlich zusätzlich zum gesetzlich geforderten Jahresabschluss einen Wirkungsbericht zu jedem ihrer Geschäftsfelder vor, der von der Generalversammlung zur Kenntnis zu nehmen ist.

Die CFS GmbH arbeitet eng mit dem gemeinnützigen Verein atempo und dessen gemeinnütziger atempo GmbH zusammen. Die Zusammenarbeit bezieht sich auf die gemeinsame Nutzung von Infrastruktur und Personal und auf die Verpflichtung zur Einhaltung der Werte von atempo.

Die CFS GmbH verpflichtete sich zur Einhaltung des Leitbilds von atempo, in dem die Ziele, Werte und Verpflichtungen der Organisation konkretisiert sind. Mitarbeitende und Geschäftsführung haben das wirtschaftliche Wohl im Sinne einer nachhaltigen Finanzierung der Aktivitäten und den maximalen sozialen Impact für die gesamte „atempo-Gruppe“ im Auge und arbeiten auch in organisationsübergreifenden Teamkonstellationen zusammen.

6.2.1 Leitungs- und ggf. Geschäftsführungs-Organ

Die CFS GmbH wird von den beiden Gründungspersonen Walburga Fröhlich und Klaus Candussi als geschäftsführende Gesellschafterin und Gesellschafter geführt. Die Geschäftsführung ist in der Ausübung ihrer Geschäfte an die Geschäftsordnung gebunden, die von der Generalversammlung erlassen wurde.

Darüber hinaus ist ein strategisches Führungsgremium installiert, in dem weitere Führungskräfte der CFS GmbH und der atempo GmbH Mitglieder sind.

6.2.2 Aufsichtsorgan

Formales Aufsichtsorgan laut Satzung der CFS GmbH ist die Generalversammlung. Die CFS GmbH und der Verein atempo haben zusätzlich gemeinsam einen Beirat eingerichtet. Dieser ist kein formales Aufsichtsorgan, sondern berät die Geschäftsführung und wacht über die Einhaltung des Prinzips „Impact First“ für die gesamte „atempo-Gruppe“. Beiratsmitglieder sind Alexander Ertler, Jochen Herdrich, Andreas Kattnigg, Martin Ladstätter und Wolfgang Neubert.

Im Verein atempo bilden die Gründungsmitglieder Fröhlich, Candussi und Schinnerl den Vorstand. Die Rechnungsprüfung obliegt zwei unternehmensfremden Personen, und zwar Frau Romana Steinberger und Herrn Walter Eigner.

6.2.3 Interessenskonflikte

Aus der engen Zusammenarbeit und gemeinsamen Nutzung von Marken, Infrastruktur und Personal können sich zwischen der atempo GmbH, der CFS GmbH und dem Verein atempo Interessenskonflikte ergeben. Weitere Konflikte können aus einem Widerstreit von Interessen der Gesellschafterinnen und Gesellschafter (etwaige Gewinnverwendung) und den Impact-Zielen der CFS GmbH entstehen.

Der Syndikatsvertrag zwischen allen Gesellschafterinnen und Gesellschaftern sieht vor, dass jedenfalls bis einschließlich 2022 anfallende Gewinne reinvestiert werden. Sollte es zu Interessenskonflikten zwischen dem Verein atempo und der CFS GmbH oder einzelnen Gesellschafterinnen und Gesellschaftern kommen, hat der Beirat die Aufgabe, Empfehlungen zur Beilegung an den Vorstand und die Geschäftsführung zu erarbeiten.

6.2.4 Internes Kontrollsystem

In allen wirtschaftlichen Belangen der CFS GmbH gilt zumindest das 4-Augen-Prinzip, beispielsweise können Bank-Geschäfte nur von der Geschäftsführung in actu mit der Leitung des Finanzwesens durchgeführt werden.

Budget- und Controlling-Agenden werden nach einem 6-Augen-Prinzip (budgetverantwortliche Bereichsleitung – Controllerin – Geschäftsführung) überwacht.

Sämtliche Weiterverrechnungen von Personalkosten oder Infrastrukturkosten zwischen der atempo GmbH, der CFS GmbH

und dem Verein werden ohne Gewinnaufschlag und auf Basis sachlich nachvollziehbarer Verteilungsschlüssel oder nach IST-Verbrauch verrechnet.

Die CFS GmbH unterzieht sich seit dem Jahr 2012 durchgehend einer freiwilligen Wirtschaftsprüfung mit explizitem Fokus auf die Verrechnungen zwischen ihr und den anderen Organisationen der „atempo-Gruppe“.

6.3 Eigentümerstruktur, Mitgliedschaften und verbundene Organisationen

6.3.1 Eigentümerstruktur der Organisation

Gesellschafterinnen und Gesellschafter 2019	Anteil
Walburga Fröhlich	21,28 %
Klaus Candussi	21,28 %
Helmut Schinnerl	8,21 %
BonVenture II GmbH & Co KG	24,04 %
Alexander Ertler	6,41 %
Philipp Haydn	3,21 %
Susanne Hillebrand	3,21 %
Hermann Arnold	3,84 %
Dr. Kattnigg & Partner Beratungs-OG	1,97 %
Michael Meyer	0,94 %
Gehrer Plötzeneder DDWS Corporate Advisors GmbH	0,61 %
Christian Horak	1,28 %
Philipp Bodzenta	0,62 %
Thomas Stampfer	0,30 %
Georg Reschen	1,40 %
Daniel Lackner	1,40 %
Gesamt	100%

6.3.2 Mitgliedschaften anderer Organisationen

Das Netzwerk der CFS GmbH ist über ein Social Franchise-System organisiert. Es besteht aus sehr unterschiedlichen Organisationen; die Palette reicht von gemeinnützigen Werkstätten für Menschen mit Behinderungen über Klein-Unternehmerinnen bis zur Austria Presse Agentur (APA).

Alle mit der CFS GmbH kooperierenden Organisationen im Rahmen des Social Franchise-Systems für capito sind auf unserer Website www.capito.eu/ueber-uns ersichtlich.

6.3.3. Verbundene Organisationen

Rechtlich ist die CFS GmbH mit keinem anderen Unternehmen verbunden. Es besteht aber eine Verbundenheit mit der gemeinnützigen atempo GmbH und dem Verein atempo durch die Gründungspersonen, welche in allen drei Organisationen die Letztverantwortung als Geschäftsführung oder Vorstandsmitglied tragen.

6.4 Umwelt- und Sozialprofil

Die IT-Entwicklung bezieht KPI bezüglich Auswirkungen von KI-Systemen und Programmmentscheidungen auf den Energieverbrauch in ihre strategischen Entscheidungen mit ein.

Für Mitarbeitende gibt es im Firmenareal einen Gemeinschaftsgarten, in dem sie kostenlos Gemüsebeete für den eigenen Bedarf anlegen und nutzen können.

Das inklusive Restaurant „das Lorenz“ der atempo GmbH bietet allen Mitarbeitenden täglich frisch gekochte Menüs zu einem vergünstigten Mitarbeitenden-Preis und Mitarbeitende können die Seminarräume des Hauses außerhalb der Bürozeiten für Yoga-Einheiten oder ähnliche Aktivitäten nutzen.

Mitarbeitende der CFS GmbH entscheiden selbstbestimmt über ihre Arbeitsumgebung (home office/Büro) und führen ihre Arbeitsaufzeichnungen eigenständig. Die CFS GmbH verfolgt eine Strategie der maximalen Transparenz über das Firmengeschehen, um allen Mitarbeitenden die Möglichkeit zu bieten, sich entsprechend ihrer Fähigkeiten und Möglichkeiten einzubringen.

Ab 2020 soll es Mitarbeitenden der CFS GmbH sowie der atempo GmbH ermöglicht werden, sich mit Gesellschaftsanteilen an der CFS GmbH zu beteiligen. Zu diesem Zweck ist ein Verein für Mitarbeitenden-Beteiligung in Gründung. Auch Mitarbeitende mit Lernschwierigkeiten sind an diesem Programm beteiligt.

A

B

capito

C

Organisation

Anhang

7 Finanzen und Rechnungslegung

7.1 Buchführung und Rechnungslegung

Im folgenden Kapitel werden die Finanzdaten des Vereins atempo und der CFS GmbH dargestellt. Die gemeinnützige atempo GmbH ist in Bezug auf capito eine Social Franchise-Partnerin wie andere auch und wird daher an dieser Stelle nicht näher dargestellt. Für Interessierte an den Finanzzahlen der gesamten „atempo-Gruppe“ empfehlen wir den Wirkungsbericht von „atempo“ auf www.atempo.at.



7.2 Vermögensrechnung

Verein atempo - Zur Gleichstellung von Menschen

Aktiva (Vermögen, Mittelverwendung)	2017	2018	2019
	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. Forderungen	29.054	55.204	51.802
davon gegen Mitglieder oder Gesellschafter	0	0	0
5. Liquide Mittel (Kasse, Bankguthaben)	241	365	381,17
Summe Vermögen	65.296	91.670	88.183

Passiva (Mittelherkunft)	2017	2018	2019
	Währung, Einheit [Euro]		
Verbindlichkeiten			
1. Aufgenommene Darlehen	0	0	0
davon von Mitgliedern oder Gesellschaftern	0	0	0
2. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	2.066	1.349	2.266
3. Sonstige Verbindlichkeiten	0	0	0
Summe Verbindlichkeiten	2.066	1.349	2.266
Saldo Aktiva abzgl. Verbindlichkeiten (= Eigenkapital + Rückstellungen)	61.730	90.321	85.417
davon zweckgebundene Mittel = Stammkapital für gemeinnützige atempo GmbH	36.000	36.000	36.000

A

B

capito

C

Organisation

Anhang

CFS, Consulting, Franchise & Sales GmbH

Aktiva (Vermögen, Mittelverwendung)	2017	2018	2019
	Währung, Einheit [Euro]		
1. Immaterielles Vermögen (z.B. Software)	2.846	110.947	166.419
2. Sachanlagen	4.715	7.323	4984
davon Immobilien	0	0	0
3. Finanzanlagen	0	696.100	831.818
4. Forderungen	27.770	156.861	193.850
davon gegen Mitglieder oder Gesellschafter	0	0	0
5. Liquide Mittel (Kasse, Bankguthaben)	6.664	38.414	47.403
Summe Vermögen	292.000	313.547	412.656

Passiva (Mittelherkunft)	2017	2018	2019
	Währung, Einheit [Euro]		
Verbindlichkeiten			
1. Aufgenommene Darlehen	409.910	62.857	244.897
davon von Mitgliedern oder Gesellschaftern	329.100	0	0
2. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	43.560	40.619	74.177
3. Sonstige Verbindlichkeiten	125.550	79.642	83.714
Summe Verbindlichkeiten	579.020	183.119	402.789
Saldo Aktiva abzgl. Verbindlichkeiten (= Eigenkapital + Rückstellungen)	-308.000	69.752	-70.451
davon zweckgebundene Mittel = Stammkapital für gemeinnützige atempo GmbH	0	0	0

7.3 Einnahmen und Ausgaben

Verein atempo, zur Gleichstellung von Menschen

Einnahmen	2017	2018	2019
	Währung, Einheit [Euro]		
1. Erlöse	0	28.150	0
davon aus öffentlichen Aufträgen	0	0	0
2. Zuwendungen	0		
davon aus öffentlicher Hand (Zuschüsse)	0	0	0
3. Beiträge	0	0	0
4. Sonstige Einnahmen	1.050	1.014	1.142
Summe Einnahmen	1.050	29.164	1.142

Ausgaben	2017	2018	2019
	Währung, Einheit [Euro]		
B1. Personalkosten	0	0	0
B2. Sachkosten	0	0	0
4. Finanzierungskosten	0	0	0
5. Steuern	0	0	0
6. Sonstige Ausgaben	1.060	2.073	6.046
Summe Ausgaben	1.060	2.073	6.046
Jahresergebnis (Einnahme abzgl. Ausgaben)	-10,00	27.091	-4.904

A

B

capito

C

Organisation

Anhang

CFS, Consulting, Franchise & Sales GmbH

Einnahmen	2017	2018	2019
	Währung, Einheit [Euro]		
1. Erlöse	700.758	454.770	785.894
davon aus öffentlichen Aufträgen	0	0	0
2. Zuwendungen	0	0	0
davon aus öffentlicher Hand (Forschungs- und Entwicklungs-förderung)	110.003	0	0
3. Beiträge	0	0	0
4. Sonstige Einnahmen	22.411	45.081	88.705
Summe Einnahmen	723.169	499.851	874.599

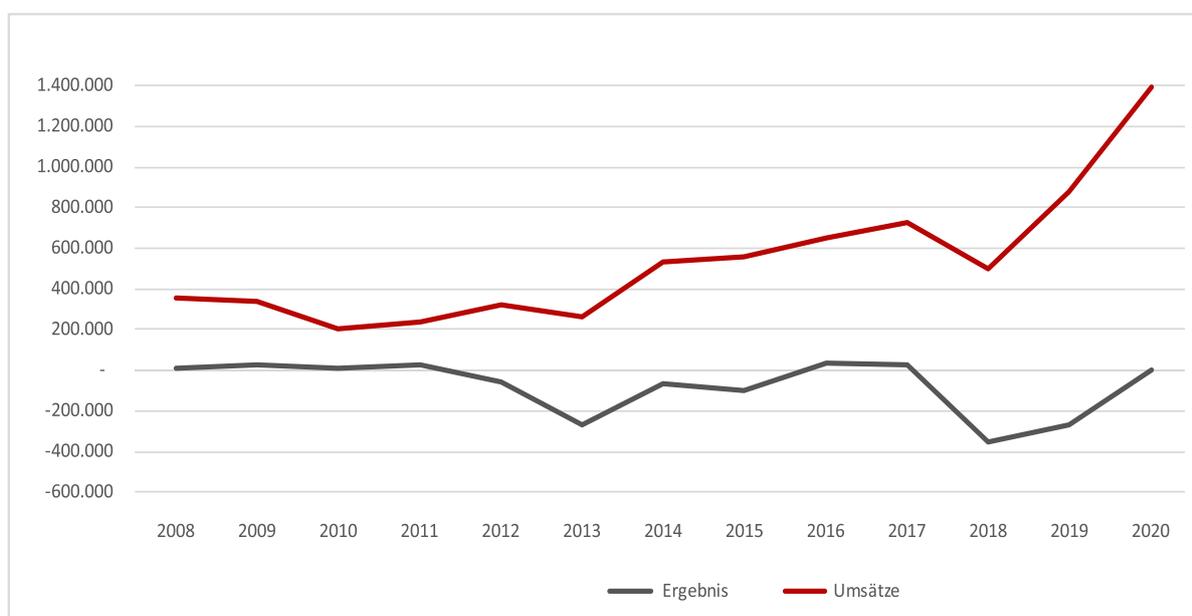
Ausgaben	2017	2018	2019
	Währung, Einheit [Euro]		
A1. Projektkosten	514.217	570.889	867.618
A2. Werbekosten	43.330	33.752	37.485
A3. Verwaltungskosten	144.107	206.885	221.459
4. Finanzierungskosten	23.058	8.396	8.469
5. Steuern	1.750	1.750	1.750
6. Sonstige Ausgaben	0	33.583	6.240
Summe Ausgaben	699.212	855.255	1.143.021
Jahresergebnis (Einnahme abzgl. Ausgaben)	23.957	-355.366	-268.422

7.4 Finanzielle Situation und Planung

Die CFS GmbH steigerte ihren Umsatz nach Abschluss der ersten Skalierungsphase mit einem Investment von 490k (BonVenture und Erste Bank) für den Ausbau des Social Franchise-Netzwerks von 240k auf 650k und hatte ab 2016 wieder positive Jahresergebnisse.

Seit 2018 investiert das Sozialunternehmen in die Digitalisierung und Entwicklung

der capito-KI. Diese Phase wird mit Forschungs- und Entwicklungsförderung, Forschungs- und Entwicklungsdarlehen, Verkaufserlösen und Kapitalerhöhungen durch die Gesellschafterinnen und Gesellschafter finanziert. Insgesamt haben Gesellschafterinnen und Gesellschafter in den Jahren 2018 und 2019 zusätzliches Kapital für die Umsetzung der Digitalisierungsstrategie in Höhe von 535,218k zugeführt.



Für das Jahr 2020 ist der Exit des Impact Investors BonVenture geplant. Ziel ist es, einen neuen institutionellen Investor mit einem Secondary-Investment an Bord zu holen, und die Entwicklung der digitalen Services und Produkte der CFS GmbH zu intensivieren.

A

B

capito

C

Organisation

Anhang



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
Gestaltung: DI Katharina Binder
Korrekturat: Doris Korger

Anhang

A

B

capito

C

Organisation

Anhang

Wirkungsbericht 2013 - Auszug

A

B

capito

C

Organisation

Anhang



3.3 Wirkungen

capito bewirkt, dass Menschen mit schlechten Lese- und Lernerfahrungen Informationen verstehen können. Um sicher zu gehen, dass dies tatsächlich der Fall ist, wird jedes capito Informationsprodukt von Vertreterinnen und Vertretern der Zielgruppe überprüft. Je nach Komplexität und Umfang der Informationsmenge prüfen 3 bis 60 verschiedene Personen mit Lese- und Lernschwierigkeiten oder Behinderungen ein capito Produkt, bevor es das Haus verlässt.

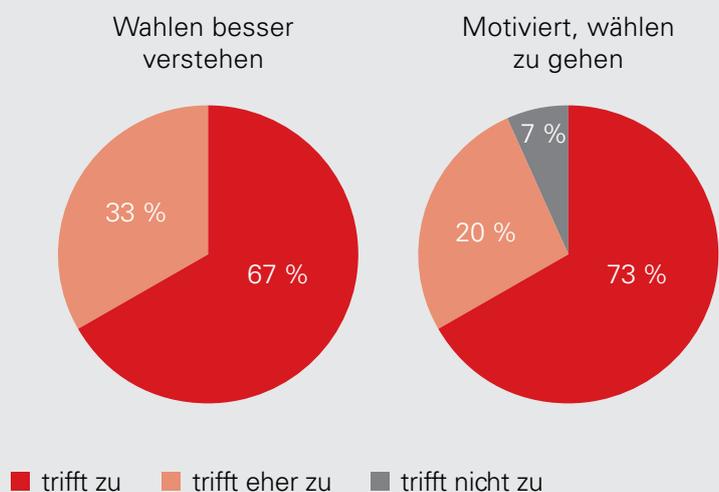
Um mehr Informationen zur Wirkung zu erhalten, führt capito jährlich Kundenbefragungen zu einem ausgewählten Produkt durch. Für das Jahr 2013 wurde die Wirkung des Produkts „Klar geh ich wählen“, eine Broschüre zur Bundestagswahl in Deutschland, hinterfragt. Für die Kundenbefragung wurden 32 Multiplikatorinnen und Multiplikatoren, beispielsweise aus Betreuungs- und Bildungseinrichtungen für Menschen mit Lernschwierigkeiten, telefonisch kontaktiert, 15 konnten im Befragungszeitraum erreicht werden. Die 15 Befragten gaben an, insgesamt 3.650 Menschen mit Lernschwierigkeiten mit diesen Broschüren erreicht zu haben. 100% der befragte Personen sind

der Meinung, dass die erreichten Menschen mit Lernschwierigkeiten das Thema „wählen“ durch die Broschüren besser verstehen konnten.

Die erwartete Wirkung von capito ist jedoch nicht nur, ein Thema besser verständlich zu machen, sondern auch die Nutzung des Wissens zu ermöglichen, bzw. dazu zu motivieren. Hierzu gaben 14 der Befragten an, dass die Broschüre dazu beitrug, dass die Leserinnen und Leser zur Wahl gingen. Eine Befragte »

Jedes capito Produkt wird von mindestens drei Personen aus der Zielgruppe geprüft, bevor es das Haus verlässt.

So wirkte die capito Broschüre „Klar geh ich wählen“



- » konnte dies direkt beobachten, da in ihren Einrichtungen Wahllokale eingerichtet wurden und die Wahlbeteiligung in jenen Einrichtungen, die diese Broschüre zur Vorinformation verwendeten, die Wahlbeteiligung signifikant höher war. Nahezu alle Befragten betonen den Bedarf an mehr Informationsprodukten im Leicht Lesen Format, vor allem auch an Informationen für die Themen Politik und Wirtschaftskunde.

Im Bereich der Barrierefreiheit zeigt sich die Wirkung von capito oft unmittelbarer, so ist die neue erbaute Wirtschaftsuniversität für Menschen mit verschiedensten Behinderungen zugänglich und nutzbar. Verändert haben sich auch die Regionen des gemeinsamen Projekts „Steirische Regionen für alle“. In diesem Projekt beschränkte man sich nicht nur darauf, bestehende Tourismusangebote auf Barrierefreiheit hin zu analysieren, sondern attraktive Urlaubs- und Freizeitpakete zu entwickeln, die von Menschen mit Behinderungen genutzt werden können, und damit aktiv ein Zeichen für diese Zielgruppe zu setzen.¹³

3.4 Evaluation und Qualitätssicherung

capito hat einen für alle Partnerinnen verbindlichen Qualitäts-Standard entwickelt. Sein Kernstück ist ein dreistufiges Prüfverfahren, das jedes Informationsprodukt durchlaufen muss. Nur Produkte, welche die Verständlichkeitsprüfung durch Vertreterinnen und Vertreter der Zielgruppen bestanden haben, erhalten ein capito Gütesiegel. Produkte, die auch für Menschen mit einer Verständlichkeitsstufe von A1 bis B1 verständlich sind, werden mit einem LL Gütesiegel für Leicht Lesen gekennzeichnet.

Ein weiteres Kriterium des capito Qualitäts-Standards verpflichtet alle capito Partnerinnen und Partner, ihre Prüferinnen und Prüfer mit Lernschwierigkeiten für ihre Prüftätigkeit mit einem Stundensatz zwischen € 7 und € 10 zu entlohnen. Mit der Zertifizierung des capito Qualitäts-Standards durch den TÜV ist capito das einzige Anbieter-Netzwerk für leicht verständliche Information im deutschen Sprachraum mit einem Qualitäts-Standard, der extern überprüft wird. 



capito begleitete den Neubau der Wirtschaftsuniversität Wien während der gesamten Planungs- und Bauzeit.

Wirkungsbericht 2014 - Auszug

A

B

capito

C

Organisation

Anhang

3. Gesellschaftliche Wirkung

3.1 Eingesetzte Ressourcen

Die Partnerinnen und Partner von capito bieten ihre Dienstleistungen selbstständig an und setzen ihre Ressourcen aufgrund eigener wirtschaftlicher Planung ein. Im Jahr 2014 waren 7 Partnerinnen operativ tätig. Der Ressourceneinsatz aller Partnerinnen betrug in Summe € 781.678. Davon entfielen € 570.935 auf Personalkosten und € 210.743 auf Sachkosten.

3.2 Leistungen

capito hat im Berichtsjahr 2014 Informationsprodukte und Dienstleistungen für 463 verschiedene Kundinnen und Kunden produziert, bzw. erbracht. Insgesamt haben im Jahr 2014 244 Menschen im capito Netzwerk mitgearbeitet, 218 davon waren Menschen mit Lernschwierigkeiten und anderen Beeinträchtigungen. Dienstleistungen von capito sind beispielsweise die Übertragung von rechtlich und gesellschaftlich relevanten Texten wie Wahlinformationen in Leicht Lesen, die Erstellung von barrierefreien Layouts für Printmedien oder die Produktion leicht verständlicher Trainings- und Unterweisungsmaterialien auf CD-ROM. Bemerkenswert ist die steigende Nachfrage aus dem Gesundheitsbereich. Krankenkassen wie etwa die Versicherungsanstalt für Eisenbahn und Bergbau haben 2014 erstmals die Zusammenarbeit mit capito gesucht. Übersetzt wurde hier der umfangreiche Leistungskatalog. Insgesamt steigt das Interesse an capito auch bei Unternehmungen, die nicht im Sozialbereich wurzeln. Die Stadtwerke Klagenfurt, die Bank Austria oder auch T-Mobile seien hier stellvertretend aufgeführt. Dienstleistungen im Bereich der baulichen Barrierefreiheit sind beispielsweise Analy-



sen von Bauplänen, Hotels und Bildungseinrichtungen, sowie Beratung und Projektbegleitung. capito Kunden sind Bauträger und Planungsbüros, Ministerien, Landes- und Gemeindeverwaltungen und soziale Organisationen, Freizeit-, Kultur- und Tourismusanbieter, Bildungseinrichtungen, Banken, sowie Handels- und Dienstleistungsunternehmen.

Doch es gibt auch Projekte, die weit darüber hinaus gehen. „Access2Life“ ist ein solches grenzüberschreitendes Projekt. „Access2Life“ ist eine App für Smartphones, die maßgeschneidert auf die persönlichen Bedürfnisse barrierefreie Wege und Orte virtuell aufzeigt. Für die Entwicklung dieser Assistenz-App für Menschen mit Mobilitätseinschränkung kamen ganz unterschiedliche Unternehmungen zusammen. Die vor Ort ansässigen Chance B und GeoSys Wirtschafts- und Regionalentwicklung GmbH koordinieren das Pilotprojekt gemeinsam mit den Gleisdorfer Unternehmen Medianova eBusiness GmbH und NorthBridge IT Solutions GmbH. capito Graz steuerte den Anforderungskatalog für Barrierefreiheit bei und erstellte die relevanten Messgrößen. Der Prototyp dieser App für die Pilotregion Gleisdorf wurde im Sommer 2015 fertiggestellt. Gerwald Hierzi vom Stadtmarketing Gleisdorf freut sich über die zeitgleich umgesetzten Projekte: „Die Projekte passen hervorragend zu unserem neuen Markenkern „Im Herzen die Sonne“ und sind schlüssig für die Ausrichtung unserer lebenswerten Stadt.“

3.3 Wirkungen

capito bewirkt, dass Menschen mit schlechten Lese- und Lernerfahrungen Informationen verstehen können. Um sicher

zu gehen, dass dies tatsächlich der Fall ist, wird jedes capito Informationsprodukt von Vertreterinnen und Vertretern der Zielgruppe überprüft. Je nach Komplexität und Umfang der Informationsmenge prüfen 3 bis 60 verschiedene Personen mit Lese- und Lernschwierigkeiten oder Behinderungen ein Produkt von capito, bevor es das Haus verlässt.

Um mehr Informationen zur Wirkung zu erhalten, führt capito jährlich Kundenbefragungen zu einem ausgewählten Produkt durch. Für das Jahr 2014 wurde die Wirkung des capito Krimis „Die Erbschaft“ hinterfragt. Telefonisch wurden 25 Leserinnen und Leser des Leicht Lesen Krimis mit und ohne Behinderung interviewt. Abgefragt wurden das Leseverhalten (zum Beispiel: „Wurde das Buch selbstständig gelesen?“ oder „Wie schnell wurde es gelesen?“) und die qualitative Beurteilung des Buches („Hat das Lesen Spaß gemacht? War es gut zu verstehen?“). 60 % aller Befragten haben das Buch selbstständig gelesen, 36 % haben es sich vorlesen lassen bzw. eine Mischung von beidem. Bei der Lesedauer ist das Feld nicht so einheitlich: 40 % haben es in einem Rutsch gelesen, 28 % in ca. einer Woche, 20 % mehr als eine Woche, von 12 % wurden keine Angaben gemacht.

Bei der Bewertung des Krimis konnten Angaben von 1 („stimmt nicht“) bis 4 („stimmt total“) gemacht werden. Die höchste Zustimmung mit durchschnittlich 3,84 erzielt die Aussage „Ich würde mir mehr Bücher in leicht verständlicher Sprache wünschen.“ Für 72 % der Befragten war es das erste Buch in Leicht Lesen. 68 % beurteilten die Verständlichkeit als sehr gut. Ob die Hemmschwelle, überhaupt ein Buch zur Hand zu nehmen, abgesenkt werden konnte, mochten oder konnten 36 % der Befragten nicht beantworten. Immerhin ein knappes Drittel jedoch ist sich sicher,

Bis zu
60 Personen
prüfen ein
capito
Produkt

dass ein Krimi in Leicht Lesen ein guter Eisbrecher in Bezug auf das Leseverhalten insgesamt ist. Eine spannende Nebenwirkung erzielte der Krimi darüber hinaus: Gleich drei Befragte – davon zwei Menschen mit Lernschwierigkeiten – gaben ungestützt und als Kommentar an, dass sie selbst Lust bekommen haben, einen Krimi zu verfassen. Fazit: Der Krimi ist sehr gut angekommen, wurde genutzt und machte Lust auf mehr – lesen oder gleich selbst schreiben.



3.4 Evaluation und Qualitätssicherung

capito hat einen für alle Partnerinnen verbindlichen Qualitäts-Standard entwickelt. Sein Kernstück ist ein dreistufiges Prüfverfahren, das jedes Informationsprodukt durchlaufen muss. Nur Produkte, welche die Verständlichkeitsprüfung durch Vertreterinnen und Vertreter 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 Qualitäts-Standards verpflichtet alle Partnerinnen und Partner von capito, ihre Prüferinnen und Prüfer mit Lernschwierigkeiten für ihre Prüftätigkeit mit einem Stundensatz von mindestens € 7 zu entlohnen. capito ist das einzige Netzwerk für leicht verständliche Information im deutschen Sprachraum mit einem Qualitäts-Standard, der von einer externen und unabhängigen Stelle, nämlich dem TÜV überprüft wird.⁹

9TÜV Austria, TA-ZP-12012