

Dossier – Start-up

Fortsetzung von Seite 17

Ein Jahrzehnt lang führte Staudinger seine Gea-Läden. Dann geriet ein Lieferant, die Waldviertler Schuhwerkstatt in Schrems, in wirtschaftliche Schwierigkeiten. Das Unternehmen war 1984 als selbst verwalteter Betrieb gegründet worden – zu einer Zeit, als alle Schuhfabriken ihre Produktion in Billiglohnländer verlagerten. „Die Gründung war ein Denkfehler“, sagt Staudinger. Trotzdem übernahm er die Sanierung. Man schaffte es, ein paar Jahre keine Verluste zu machen. „Meine Eltern hatten eine Greißlerei“, erzählt Staudinger. „Mit den Greißlern ging es ständig bergab. Aber meine Eltern sagten: ‚Das Auskommen ist wichtig, und auskommen tun wir.‘ Ich glaube, ich habe die Haltung meiner Eltern verinnerlicht.“ Doch seit einigen

Jahren schreibt man Gewinne. Seit Staudingers Sohn bei italienischen Schuhdesignern ein Praktikum machte und daraufhin, von Italien inspiriert, Papa und Sohn eine neue Schuhlinie entwarfen – peppiger, mit mehr Farben. So peppig, dass sie einer Assistentin des Dalai Lama auffielen und sie für Seine Heiligkeit Schuhe orderte. Nun trägt der Dalai Lama rotbraune Waldviertler.

Die Treue seiner Kunden und Kundinnen trägt das Unternehmen. In den letzten Jahren investierten sie in eine Fotovoltaikanlage auf den perfekt wärmegeprägten Produktionshallen in Schrems: Für eine 200-Euro-Investition erhält man sofort und die nächsten zehn Jahre jährlich einen Schuhgutschein für 30 Euro.

Andreas Dangel war auf einer Reise in Norddeutschland, als er Windräder sah und sich an seine Basteleien als Bub er-

innerte. „Ich habe mit Wind Strom erzeugt – funktioniert hat es aber nicht so gut.“ Zurück in Österreich traf er eine Gruppe von Windkraft-Interessierten, darunter den Pionier Hans Winkelmeier, der in einer Studie mögliche Standorte für Windräder in Österreich gefunden hatte. Ein Bauer in Michelbach bei St. Pölten, dem der Wind immer das Heu von seinen Hügeln blies, wollte auf seinem Grund ein Windrad bauen. Die Gruppe gründete eine Genossenschaft, irgendwer musste Geschäftsführer sein, und weil Dangel bereits ein Unternehmen hatte, übernahm er dies. Das war 1994. Zur Eröffnung der Anlage kamen Interessierte von weither. „Jeder wollte ein Windrad bauen und Geld in Ökostrom investieren. So entstand die Idee einer Bürgerbeteiligung“, sagt Dangel. Als Ende der 90er Jahre die investitionsfreudigen Menschen immer mehr und die Firmen unübersichtlich wurden, rieten Juristen zur Gründung einer Aktiengesellschaft. Seit 1999 gibt es nun die WEB Windenergie AG, die heute 3000 Aktionäre und Aktionärinnen und Windkraftanlagen in Österreich, Deutschland, Frankreich und Tschechien hat.

Die Armen als Unternehmer

Als der Ökonomieprofessor Muhammad Yunus Mitte der 1970er Jahre an der Universität Chittagong in Bangladesh unterrichtete, schickte er seine Studenten in die umliegenden Dörfer, um die Gründe für die Armut der Ärmsten zu untersuchen. Auch er selbst stellte Nachforschungen dazu an, da er mit den gängigen ökonomischen Theorien unzufrieden war, die den Fortbestand von Armut nicht erklären konnten.

In Jobra, einem Dorf neben dem Uni-Campus, redete Yunus mit einer Frau, die Hocker aus Bambus flocht. Sie bezog den Bambus von einem Händler um fünf Taka, arbeitete den ganzen Tag schwer und verkaufte ihre Produkte demselben Händler um 5,50 Taka. Die Frau war eine Lohnklavin, da sie nicht genügend Geld hatte, um von einem anderen Händler den Bambus billiger zu beziehen. Wer auf Geldverleiher angewiesen war, dem ging es noch schlechter. Sie verlangten manchmal zehn Prozent Zinsen – pro Woche.

Yunus schickte eine Studentin nach Jobra, um ähnliche Abhängigkeitsfälle zu finden. Das Resultat: 42 Personen schuldeten ihren Händlern 856 Taka – weniger als 27 US-Dollar. Yunus gab der Studentin das Geld und bat sie, es als Mikrokredite zu verteilen. Dann ging er zu einer Bank und forderte, dass sie den Armen Kredite geben solle. Die Bankchefs lachten über ihn. Armen Analphabeten? Nur wenn er für sie bürgen würde. So zog Yunus mit seinen Studenten eine Organisation auf, um Armen Kredite zu gewähren. Das



Muhammad Yunus jubelt über den Nobelpreis. Gewonnen haben ihn auch sieben Millionen Kundinnen der Grameen Bank, die sich durch Mikrokredite aus der Armut bewegen. Foto: EPA/Abir Abdullah

war 1977. Sechs Jahre und viele Experimente später gründete Yunus die Grameen Bank. „Ich hatte nie die Absicht, Geldverleiher zu werden“, schreibt Yunus in seinem Buch *Banker to the Poor*. Aus Frustration über die herrschende Kreditpraxis der Banken wagte er etwas, das er nie beabsichtigt hatte. „Ich hatte keine Ahnung, worauf ich mich da einließ.“

„Ich hatte nie die Absicht, Geldverleiher zu werden.“

MUHAMMAD YUNUS,
GRAMEEN-BANK-GRÜNDER

Bisher hat die Grameen Bank siebeneinhalb Mio. Personen Kredite gewährt. 97 Prozent der Kunden sind Frauen. Das war nicht von Anfang an so. Doch Frauen sind bei Weitem am verlässlichsten bei der Kreditrückzahlung. Die Rückzahlungsquote der Bank beträgt 98 Prozent. Frauen investieren viel eher in sinnvolle Projekte, mit denen sie ihre Familie ernähren können. Das Mikrokredit-Konzept wurde in über hundert Ländern übernommen. *Business Week* zählt Yunus seit einem Jahr-

zehnt zu den wichtigsten Unternehmern der Welt. 2006 erhielt er und die Grameen Bank den Friedensnobelpreis.

Ein Netzwerk von Grameen-Unternehmen verkauft mittlerweile Technologien, mit denen Frauen Geld verdienen. 300.000 Frauen kauften ein Handy auf Kredit und bieten damit Telefonservice an – in Dörfern, die noch nie Zugang zu Telefon hatten. Das neueste Grameen-Projekt sind „grüne Unternehmerinnen“, die biogasbetriebene Kochstellen verkaufen und Solaranlagen warten.

Keine heile Welt

Die Mikrokredit-Euphorie von Muhammad Yunus ist auch kritisiert worden. Es dauere viel zu lange, um Menschen damit aus der Armut zu bringen.

Bei Starbucks ist auch nicht alles rosig. Kunden mahnen ein, Starbucks müsse faire Preise an die Kaffeebauern zahlen. Kürzlich verlor das Unternehmen einen Prozess gegen Äthiopien wegen Markenrechte.

Nun bietet auch McDonald's Espresso an, noch dazu billiger. Die Supermarktketten setzen auf bio, und die Pioniere müssen um ihre Kunden kämpfen. Gute Produkte verbreiten sich. Die sozialen Ideen dahinter müssen es erst noch tun.

Margarete Endl

St
p

multimedia &
e-business
STAATSPREIS 2008

→ einreichen
bis 2. Juni 2008

www.multimedia-staatspreis.at