



Abschlussbericht des Projekts WIR GEBEN – Sachspenden für Arbeitsplätze # 1549 auf www.respekt.net

Start Projektumsetzung: 11.10.2017

Ende Projektumsetzung: 20.12.2017

1. Abschlussbericht allgemein

Ausgangsbasis

Österreich liegt als Nation von Spenderinnen und Spendern auf Platz 19 nach dem World Giving Index 2016. Nach Auswertung von rund 250 Jahresabschlüssen österreichischer NGOs, Berichten und Recherchen belief sich das Spendenaufkommen 2015 auf 625 Mio. €. Damit stieg das Volumen um 55 Mio. Euro von 2014 auf 2015. Vor allem die ab September mit Solidarität empfangenen Flüchtlinge führten zu diesem Anstieg. Das Jahr 2016 weist eine leichte Steigerung zum Vorjahr auf.

Da es sich bei WIR GEBEN nicht um klassisches Spenden handelt, ist der Bezug auf den österreichischen Spendenbericht vor allem insofern aussagekräftig, als er implizit ein steigendes Bewusstsein für die Notwendigkeit von Menschlichkeit, Umverteilung und Hilfeleistung abbildet. Österreich spendet vorrangig für die Katastrophenhilfe, Kinder und Tiere; Arbeitsbeschaffung für sozial Bedürftige wird als Kategorie gar nicht angeboten.

Interessant ist der Vergleich der Spenden-Arten nach Beliebtheit: Menschen geben gerne Dinge weg, von denen sie zu viel haben (zB. Kleider), aber selbst die Sachspende, die steuerlich nicht belohnt wird und mit mehr Aufwand verbunden ist als eine Überweisung, ist beliebter, als beispielsweise das Begleichen von Mitgliedsbeiträgen, Straßensammlungen oder der Erwerb von symbolischen Geschenken.

WIR GEBEN wird ein unkompliziertes Tool bieten, über das Menschen Sachmittel mit wenig Aufwand (mehr allerdings als bei der Kleidersammlung) für einen guten Zweck bereitstellen können und bedient damit die bisher vernachlässigte Zielgruppe der ‚SachspenderInnen‘.

Umsetzung

Vater der Idee Sachspenden in Geldspenden zu konvertieren, um damit die Finanzierung von Arbeitsplätzen zu lukrieren, ist Dr. Ernst Löschner (*1943), Obmann von ALPINE PEACE CROSSING. Der studierte Jurist und auf internationalem Parkett erfahrene Banker hat zahlreiche Kultur- und Menschenrechts-Projekte realisiert und wurde für sein Engagement mit angesehenen Auszeichnungen dekoriert. In den letzten zehn Jahren widmet er sich vor allem dem Themenkomplex Migration und Integration.



An der Projektentwicklung sind maßgeblich beteiligt:

Ernst Löschner, APC / Willi Svoboda, webARTig / Gerald Kriz, web&design / Franz Vosicky, willhaben / Stefan Sengl, Skills Group / Petra Navara, APC

Mit der Programmierung der Plattform wurde bereits im Sommer 2017 begonnen. Zurzeit (Ende Dezember 2017) laufen die ersten Tests und das Feedback fließt in die Fertigstellung der Seite ein. Responsive Varianten werden erstellt, Schnittstellen zu willhaben ausdefiniert.

Der Zeitplan hat sich etwas nach hinten verschoben, da der erste Versuch über Crowdfunding die erforderliche Finanzierung aufzustellen (Sommer 2017) nicht erfolgreich war und im Herbst neu aufgesetzt werden musste. Statt im Spätherbst 2017 geht die Plattform jetzt zu Beginn 2018 online.

Eventuelle Probleme

Was kann uns noch bremsen? Eigentlich kann nichts mehr schiefgehen: Die Technik wird funktionieren; die AGB sind zivil- und steuerrechtlich geprüft, der Launch wird professionell begleitet.

Wenn zu Beginn nur wenige Objekte auf www.wir-geben.at zu sehen wären, könnte die Folge ein schwacher Headstart sein. Dh. aber keinesfalls, dass sich das Projekt insgesamt schlecht entwickeln muss.

Etwas sorgenvoll sehen wir die Erfassung der SpenderInnen für die Meldung an das BMF; zum heutigen Zeitpunkt ist noch keine Entscheidung über die Software dafür gefallen. Im Notfall erfordert die Administration einen höheren Personalaufwand, der aber für die UserInnen nicht sichtbar sein wird.

Erreichte Ziele

Das Crowdfunding trägt zur Ausfinanzierung der Programmierkosten der Plattform bei. Die Plattform wird im Jänner 2018 fertiggestellt sein. Der Launch von WIR GEBEN ist für den 31. Jänner 2018 vorgesehen:

Gespendete Sachwerte (aus allen willhaben-Kategorien) werden über die Plattform wir-geben.at bzw. willhaben.at eingestellt. Der Sachmittel-Spender fungiert juristisch als Verkäufer des Artikels. Der Erlös aus dem Verkauf geht an das Spenden-Konto von WIR GEBEN / APC. APC meldet den Verkäufer nach Eingang des Verkaufspreises als Spender beim Finanzamt, die den Betrag als spendenabzugsfähigen Betrag gutschreibt.

Das Prozedere erscheint für SpenderInnen und KäuferInnen wie gewohnt von willhaben. Geringfügige Abweichungen zum üblichen Prozedere sind leider juristisch erforderlich.

Im Hintergrund und für die User kaum sichtbar sind die Abstimmungen zwischen willhaben und WIR GEBEN, die Erfassung der Daten von Sachmittel-SpenderInnen, die eine Steuerbefreiung in Anspruch nehmen wollen, die Erfassung von Kontaktdaten der KäuferInnen zum Verfolg der Zahlungen oder – wenn gewünscht – zur Veröffentlichung ihrer Namen als ‚Spenden-Buddies‘ (ohne sie ist die Spende noch keine Spende, sondern nur ein Artikel im Verkauf).



Sichtbarkeit der Artikel: Prinzipiell werden Spendenartikel auf wir-geben.at, einer korrespondierenden Seite auf willhaben.at und den willhaben-Standardangeboten gelistet und dargestellt. InteressentInnen, die über Empfehlung oder durch den Link auf willhaben.at auf unsere Website kommen, sollen die Vielzahl der angebotenen Artikel sehen. Gleichzeitig wollen wir damit das Interesse von KäuferInnen wecken, selbst etwas zu spenden.

Für die Darstellung der Spendenartikel übernimmt WIR GEBEN die ersten vier Kategorie-Ebenen von willhaben. Die Anzahl und hierarchische Gliederung auf wir-geben.org sollte so gewählt werden, dass die einzelnen Kategorien gut befüllt erscheinen und BesucherInnen einen guten Überblick haben.

Damit ist das Ziel des Crowdfunding-Projekts zu 100% erreicht. Alpine Peace Crossing bedankt sich bei allen privaten und institutionellen SpenderInnen für ihren Beitrag und ihr Vertrauen in das Gelingen einer großartigen Idee!

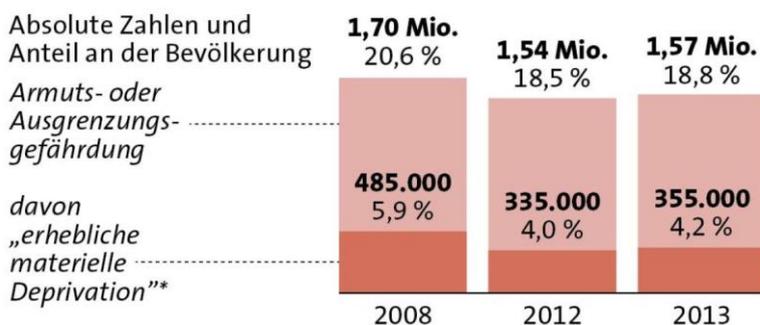
2. Welchen gesellschaftspolitischen Zweck hat das Projekt erfüllt?

Gesellschaftspolitische Ziele

Der Druck an den Rändern der Gesellschaft ist in ganz Österreich spürbar. Von einer Entspannung keine Rede sein. Die Zahl von Einkommensarmut bzw. Armutsgefährdung betroffenen Menschen ist konstant zu hoch und wird um in Österreich lebende Flüchtlinge und Asylsuchende noch ergänzt. Im Juli 2017 sind rund 28.200 Flüchtlinge vom AMS erfasst. Allein in Wien gelten 17.623 Flüchtlinge als arbeitslos.

Ziel von WIR GEBEN ist die Schaffung von Arbeitsplätzen, damit sie der Armut entkommen UND damit sie Österreichs Volkswirtschaft unterstützen, anstatt sie zu belasten.

Armut in Österreich



* können sich z. B. kein ausreichendes Heizen der Wohnung leisten

Beweggründe für das Spenden sind vielfältig und nicht auf einzelne Motive reduzierbar. Oft ist es ein Bündel von Motiven, das Menschen bewegt, mildtätig zu wirken. Nahezu unverändert gegenüber den Vorjahren sind die ersten drei Hauptmotive geblieben: Sicherheit darüber, dass die Spende zweckgemäß ankommt, Sympathie mit der tätigen Organisation sowie Solidarität mit Armen und Schwachen. Hinzugekommen sind Motive wie „weil mir manche Einzelschicksale besonders am Herzen liegen“, „weil mich die Not anderer besonders betroffen macht“ und Mitleid. Für nahezu jeden zweiten Befragten ist der „überzeugende



Hilfsaufruf der Organisation" ein wichtiger Beweggrund für das Spenden, ebenso wie die Gewissheit, dass „ich es mir leisten kann“.

Während für Männer eher pragmatische Gründe (Fokus auf Bedürftige in Österreich oder steuerliche Absetzbarkeit) ausschlaggebend sind, führen Frauen vermehrt Gründe wie Einzelschicksale, Betroffenheit, Sicherheit, Mitleid, Solidarität etc. ins Treffen.

Bei der Spende von Sachwerten geben bislang die Frauen den Ton an (Frauen: 19 %, Männer: 10 %). WIR GEBEN könnte mit der neuen Option Sachwerte zu spenden nun verstärkt Männer ansprechen...

Reichweite

Die Website von willhaben zählt generell zu den meistbesuchten Internetseiten in Österreich, vor allem in den Ballungszentren. Die Userstruktur von willhaben bietet einen guten Querschnitt der Bevölkerung – vom leitenden Angestellten bis zum Arbeiter sind alle auf der Plattform vertreten. Über dem Bevölkerungsschnitt liegt willhaben vor allem bei einer jungen, kaufkräftigen Zielgruppe von 20 bis 39 Jahren, sowie bei AkademikerInnen und Matura-AbsolventInnen. Bei der Geschlechterverteilung liegt willhaben im guten Durchschnitt; wie in den digitalen Medien generell sind Männer leicht überrepräsentiert.

Partner / Projektträger

Empfänger und ‚Verwerter‘ der eingegangenen Spenden sind österreichische Hilfsorganisationen, die marginalisierte Menschen in Jobs vermitteln. Ihre Herangehensweisen unterscheiden sich wesentlich voneinander, so bieten die einen selbst als Dienstgeber Praktika und Dienstverhältnisse an, andere entwickeln Partnerschaften mit Unternehmen, die Langzeitarbeitslose beschäftigen oder AsylwerberInnen als Lehrlinge aufnehmen.

Mit zwei bis drei großen und etablierten überregionalen Organisationen aus unterschiedlichen gesellschaftlichen Lagern sowie zwei jüngeren einschlägig qualifizierten Initiativen startet WIR GEBEN die Zusammenarbeit auf Basis von Vereinbarungen.

Neue Organisationen können sich um eine Projektfinanzierung bewerben, wenn die Einnahmen in einem Maße steigen, dass WIR GEBEN Calls publizieren kann.

Fixstarter:

Volkshilfe / Wien Work: Die Volkshilfe wurde 1947 gegründet und ist eine große gemeinnützige, überparteiliche und überkonfessionelle Organisation. Mit ihren neun Landesorganisationen unterstützt die Volkshilfe Menschen durch ihre sozialen Dienstleistungen. Als soziale Bewegung setzt sie sich auch für die Interessen von sozial Benachteiligten ein. Sie bringt ihr ExpertInnenwissen ein und nimmt aktiv an der gesellschaftlichen Entwicklung und an den Prozessen der Gesetzgebung teil.

WIEN WORK: Wien Work (1981 als "Geschützte Werkstätten für Wien GesmbH" gegründet) ist ein gemeinnütziges Unternehmen der Volkshilfe und einer der acht integrativen Betriebe Österreichs. Wien Work ist ein Unternehmen der Sozialwirtschaft mit dem arbeitsmarktpolitischen Auftrag, Arbeitsplätze für am Arbeitsmarkt benachteiligte Menschen -



Menschen mit Behinderungen, chronischen Erkrankungen oder Langzeitarbeitslosigkeit - zu vermitteln und zu schaffen.

Orientiert an Marktlage und Nachfrage sind 2017 rund 680 MitarbeiterInnen und Lehrlinge beschäftigt (z.B. das "Michl's" - ein café restaurant der anderen Art). Neben dem Dienstleistungs- und dem Ausbildungsbereich bietet Wien Work Beratungs- und Qualifizierungsprojekte an.

Wien Work erbringt wirtschaftliche, soziale und integrative Leistungen auf hohem Niveau mit einem Mix aus Erträgen und öffentlichen Förderungen, die sehr eng definierte Bereiche finanzieren. Für innovative Ansätze, die neuen Zielgruppen wie Menschen mit psychischen Erkrankungen oder Asylberechtigten gerecht werden, fehlen die Mittel. Spenden von WIR GEBEN schaffen Ressourcen für Konzeption und Erprobung sozialer Innovationen, die in Folge in das Standardangebot aufgenommen werden.

Diakonie: Um all die verschiedenen Initiativen evangelischer (lutherischer, reformierter, methodistischer, altkatholischer, baptistischer und diakonischer) Nächstenhilfe besser organisieren und fördern zu können, wurde die Diakonie Österreich 1912 erst als "Zentralverein für Innere Mission" und 1968 unter ihrem heutigen Namen gegründet. zu den 5 großen Wohlfahrtsorganisationen in Österreich.

Dort, wo das öffentliche soziale Netz versagt, bietet die Diakonie Menschen in Krisen Unterstützung. Besonders Obdachlosigkeit, psychosoziale Notlagen und verschiedene Formen von Sucht sind Probleme, derer sich die Diakonie annimmt.

Die Diakonie führt die Tradition, Menschen auf der Flucht Schutz und Hilfe zu gewähren, fort. Sie bietet Rechtsberatung, medizinische Versorgung und Unterkunft. Sie hilft bei der Integration. Sie unterstützt Menschen dabei, traumatische Erfahrungen zu verarbeiten.

Trendwerk: Trendwerk wurde als operative Umsetzung eines Auftrags des AMS Österreich in Kooperation mit einem employment/integra Forschungsprojekt des Europäischen Sozialfonds gegründet. Trendwerk nutzt Instrument der geförderten und betreuten Arbeitskräfteüberlassung zur Integration von arbeitssuchenden Menschen in den Arbeitsmarkt das. Trendwerk fungiert während der Überlassungszeit als kompetenter und verlässlicher Partner für (ggf. auch als Vermittler zwischen) Arbeitskraft und Unternehmen.

Die Methode Trendwerk wurde von 2006 bis 2009 im Rahmen des Projektes "Albatross" auf Menschen mit besonderen Bedürfnissen ausgeweitet und erfährt nun im Projekt "DisFlex/Albatross" eine Weiterentwicklung (im Auftrag des Bundessozialamtes in Kooperation mit dem AMS).

Die Entwicklung innovativer Konzepte kann jedoch oft nicht aus öffentlichen Händen finanziert werden. Social Impact Bonds (SIBs) – auch „Pay-for-Success“ oder wirkungsorientierte Finanzierungen genannt – bieten eine neue Möglichkeit, Maßnahmen im sozialen Sektor mit Hilfe von privaten Mitteln zu finanzieren. Die Rückzahlung des eingesetzten Investmentkapitals ist vom Erfolg der sozialen Maßnahme abhängig.

In Anlehnung an die Ausbildungspflicht bis 18 Jahre entwickelt Trendwerk derzeit ein Konzept zur Ausbildung junger AsylwerberInnen in Mangelberufen. Das Pilot-Projekt soll in Oberösterreich als Social Impact Bond anlaufen, finanziert aus privaten Mitteln, zu denen WIR GEBEN beiträgt. Erzielt es die beabsichtigte Wirkung, übernehmen öffentliche Hände die Kosten und skalieren den Ansatz auf andere Regionen. Der Mittelrücklauf kann in neue Innovationen investiert werden.



Begünstigte

„Sozialer Randschichten“, ... mit anonymisierten Begrifflichkeiten sind die Personen, die letztlich als Begünstigte von WIR GEBEN hervorgehen sollen, nicht wirklich fassbar. In den Genuss von WIR GEBEN unterstützten Projekte sollen von Armut, Ausgrenzung und Arbeitslosigkeit betroffene Menschen sein.

Als armuts- oder ausgrenzungsgefährdet gilt ein Haushalt dann, wenn eine "erhebliche materielle Deprivation", also das Unterschreiten eines bestimmten Mindestlebensstandards, festgestellt werden muss. In Österreich sind (2013) 4,2 Prozent oder 355.000 Personen betroffen. Als (nahezu) erwerbslose Haushalte gelten 496.000 Personen bzw. 7,7 Prozent. Weitere 4,6 Prozent (385.000 Personen) sind von zwei oder mehr dieser drei Merkmale betroffen.

Der Druck an den Rändern der Gesellschaft ist in ganz Österreich spürbar. Von einer Entspannung keine Rede sein. Die Zahl von Einkommensarmut bzw. Armutsgefährdung betroffenen Menschen ist konstant zu hoch und wird um in Österreich lebende Flüchtlinge und Asylsuchende noch ergänzt. Im Juli 2017 sind rund 28.200 Flüchtlinge vom AMS erfasst. Allein in Wien gelten 17.623 Flüchtlinge als arbeitslos.

Ziel von WIR GEBEN ist die Schaffung von Arbeitsplätzen, damit sie der Armut entkommen UND damit sie Österreichs Volkswirtschaft unterstützen, anstatt sie zu belasten.

3. Wie waren Reaktionen anderer zu diesem Projekt?

Im Zuge des Crowdfunding konnten wir feststellen, dass die Idee zu WIR GEBEN sehr gut ankommt. Die Reaktionen lassen darauf schließen, dass jede/r gern Sachmittel auf WIR GEBEN spendet; lediglich das Interesse die Programmierung einer Plattform zu finanzieren war unattraktiv.

Wir können also eine sehr positive Aufnahme des neuen Spenden-Tools antizipieren. Nach der Erfahrung von The Skills Group, die jahrelang ebay in allen Kommunikationsbelangen betreut hat, wird sich WIR GEBEN problemlos als Marke positionieren lassen. Stefan Sengl von der Skills Group begleitet die Markteinführung pro bono.

Kompetenz, technische Umsetzung und Kosten

Unerlässlich ist eine enge Zusammenarbeit mit dem Kooperationspartner willhaben und den Projektträgern, deren Kundenzielgruppen die Hauptzielgruppen für WIR GEBEN darstellen. Über sie und ihre Öffentlichkeitsarbeit erreicht WIR GEBEN ein Millionenpublikum und: die Nutzung ihrer Kanäle reduziert den Kostenaufwand für das Marketing von WIR GEBEN auf ein Minimum.

Public Relations

Im ersten Jahr gilt es die „Marke“ WIR GEBEN bekannt zu machen und ihre Reputation aufzubauen. APC tritt als Initiator in den Hintergrund.



Die Geschichte von WIR GEBEN muss ordentlich aufbereitet und weitergegeben werden, wobei sie in breitenwirksamen Medien eher über Emotionalität Bekanntheit erreicht und mit Zahlen, Daten, Fakten in zielgruppenspezifischen Medien an Glaubwürdigkeit und Seriosität gewinnt.

Mit einer Presseaussendung/OTS und einem Pressegespräch am 31. Jänner erfolgen die ersten öffentlichkeitswirksamen Auftritte. Diese ersten Maßnahmen wurden bereits im späten Herbst 2017 geplant und vorbereitet.

Die Kommunikationsstrategie (klassische Medienarbeit – Printmedien und online-Medien, Soziale Medien und Werbung) für 2018 wird im Jänner geplant.

Öffentlichkeitsarbeit/Medienarbeit

Ist die Markteinführung gelungen, bietet WIR GEBEN jede Menge Stoff für Geschichten. Klassische Pressearbeit sollte etwa einmal im Quartal als Grundfrequenz platzgreifen.

Thematisch darf ein breiter Bogen gespannt werden, der Anknüpfungspunkte in der Wirtschaftspolitik ebenso nutzen kann (Arbeitsplätze schaffen: volkswirtschaftlicher Nutzen; Steuerrecht im Spendenwesen; Recycling/Wiederverwertung von Ressourcen; Teilen statt Horten; ...) wie in der Integrationspolitik (Integration über den Arbeitsplatz; beschäftigte Menschen – weniger Kriminalität; ...), in Gesellschaft/Kunst (Wer gibt? Wer kauft?; kuriose/wertvolle Objekte; Was spenden ÖsterreicherInnen am liebsten/meisten?...) oder Freizeit/Haus/Garten (Frühjahrsputz; Feng Shui am Dachboden;...).

In enger Zusammenarbeit mit den Pressestellen der Projektträger werden die Maßnahmen zur Schaffung von Arbeitsplätzen über deren Kanäle kommuniziert: personalisiert, mit O-Tönen von Dienstgebern, Vermittlern, Menschen, die über die Aktion Arbeit gefunden haben, SpenderInnen und KäuferInnen. Alle Medien werden genutzt: ihre Websites, Facebook, Newsletter, Blogs, etc.

Werbung

Die Bewerbung der WIR GEBEN-Spenden-Option muss aus Kostengründen einerseits und aus Gründen der Treffsicherheit der richtigen Zielgruppen über Kooperationspartner und Projektträger erfolgen.

Willhaben postet ohnehin den link von WIR GEBEN, wo sich das Vorhaben selbst erklären kann. Zukünftige Kooperationspartner werden das ebenso tun und ihre Stammkunden sowie potentielle Ver-/KäuferInnen erreichen.

Als unerlässliche Multiplikatoren erscheinen Projektträger, die über ihre Medien, Kanäle und Aussendungen SpenderInnen erreichen, die das Anliegen sofort verstehen und statt Geldspenden wohl auch die Sachspende in Betracht ziehen wollen. Allein über die Volkshilfe und die Diakonie erreichen wir buchstäblich Millionen Personen in Österreich.

Interaktion



Über Soziale Medien erhalten VerkäuferInnen/SpenderInnen bzw. KäuferInnen sich zu WIR GEBEN und angelagerte Themen persönlich zu äußern. Auch daraus können Stories für die Öffentlichkeitsarbeit von WIR GEBEN abgeleitet werden.

4. Wofür wurde das gespendete Geld konkret ausgegeben?

Ziel des Crowdfundings war die Finanzierung der Programmierung der Plattform WIR GEBEN. Die eingespielten Mittel sind genau für diesen Zweck eingesetzt worden. Eine der Rechnungen liegt vor dem Projektzeitraum (11.10. – 17.12.). Die Ursache liegt darin, dass schon im späten Frühjahr ein erster Versuch gestartet worden war, über Crowdfunding Finanzmittel einzuspielen. Über den Sommer wurde das (damals auch schlecht formulierte) Projekt aber unzureichend beworben und abgebrochen. Der Neustart im Herbst mit neuen Texten und einer stringenteren Bewerbung brachte schließlich den erwünschten Erfolg und die Programmierung konnte fortgesetzt werden.



Kostenaufstellung

Projektname: WIR GEBEN - Sachspenden für Arbeitsplätze

Projektnummer: 1549

Start Projektumsetzung: 11.10.2017

Ende Projektumsetzung: 17.12.2017

Belegnummer	Re.-Datum	Lieferant	Leistungsbeschreibung	Rechnungsbetrag
1	08.05.2017	web&marketing	Programmierung Plattform (A)	9.288,00 €
2	20.10.2017	Raoul Kopacka	PR-Video	800,00 €
3	14.12.2017	web&marketing	Programmierung Plattform (B)	10.044,00 €
Summe				20.132,00 €



Titelbilder zum Projekt



Aus den NEWS zur Entwicklung der Plattform



SACHSPENDEN FÜR ARBEITSPLÄTZE

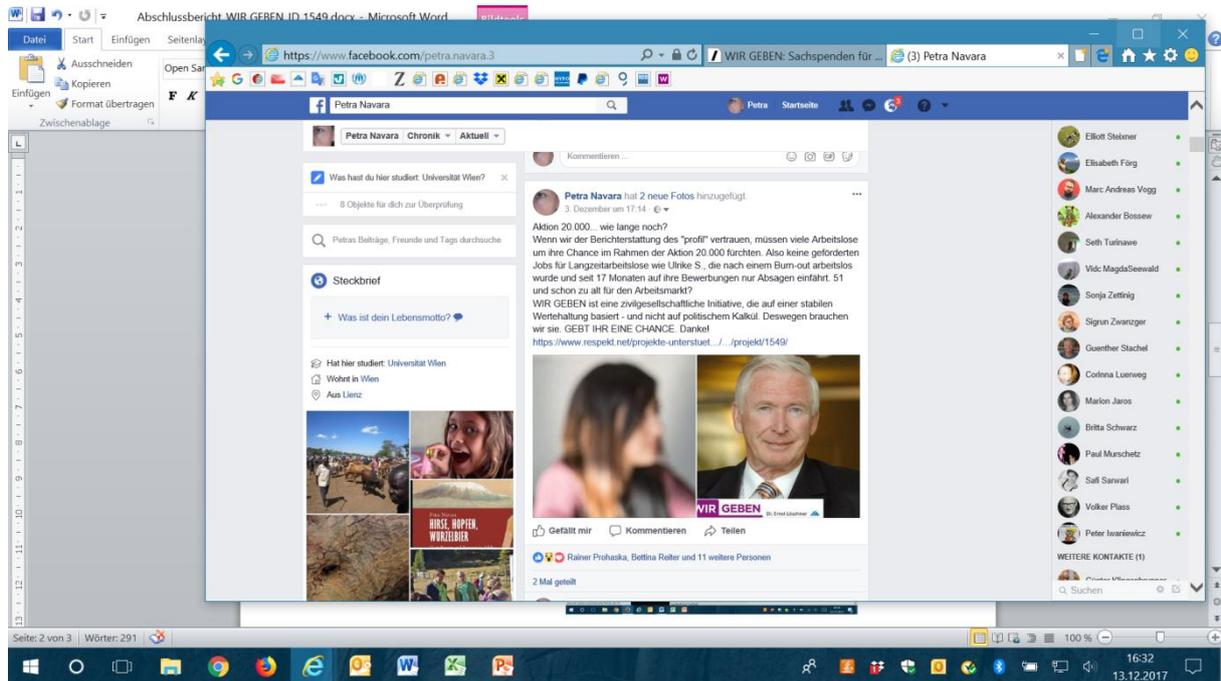


EINE INITIATIVE VON 



Bewerbung

Unerlässlich für die Bewerbung des Projekts waren und sind natürlich die Sozialen Medien. Indessen glauben wir für das Crowdfunding mehr SpenderInnen über persönliche Kontakte und Anschreiben gewonnen zu haben als medial.



Stories für die Bewerbung in den Sozialen Medien



Aktion 20.000... wie lange noch?

Wenn wir der Berichterstattung des "profil" vertrauen, müssen viele Arbeitslose um ihre Chance im Rahmen der Aktion 20.000 fürchten. Also keine geförderten Jobs für Langzeitarbeitslose wie Ulrike S., die nach einem Burn-out arbeitslos wurde und seit 17 Monaten auf ihre Bewerbungen nur Absagen einfährt. 51 und schon zu alt für den Arbeitsmarkt?



Martin D. (55), Programmierer, wegen der Pleite seines Dienstgebers seit 19 Monaten ohne Beschäftigung. Mit Klavierstunden und Nachhilfen in Mathematik durch die Umschulungskurse zum Lehrer: „Ob ich dann in meinem Alter noch eine Anstellung finde, steht in den Sternen.“



Alois K. (56), Tischler, lebt zwangsläufig vom Pfusch: „Wer einmal selbständig war, wird nicht mehr als Angestellter genommen. Ein Chef will keinen ‚Rivalen‘.“



Helga N. (54), Lektorin: Gekündigt nach einer Chemotherapie und Reha-Zeit, arbeitslos seit 21 Monaten: „Ich fühle mich wie menschliche Ausschussware: etwas ‚ramponiert‘, zu alt, ersetzt durch eine Neue, Junge. Dabei arbeite ich mit meiner Erfahrung sicher effizienter.“

Projekträger: Der Netto-Erlös aus WIR GEBEN wird von renommierten Organisationen in Projekten für arbeitslose Menschen umgesetzt, z.B. von



Volkshilfe

Erich Fenninger, Geschäftsführer der Volkshilfe



wien work

Wolfgang Sperl, Geschäftsführer von wien work