

## VORZEIGEFIRMEN

Welche heimische Unternehmen heuer mit dem Staatspreis für Innovation ausgezeichnet wurden.



**SAUBERMANN**

Firmen, die mit CleanTech die Nase weit vorne haben.

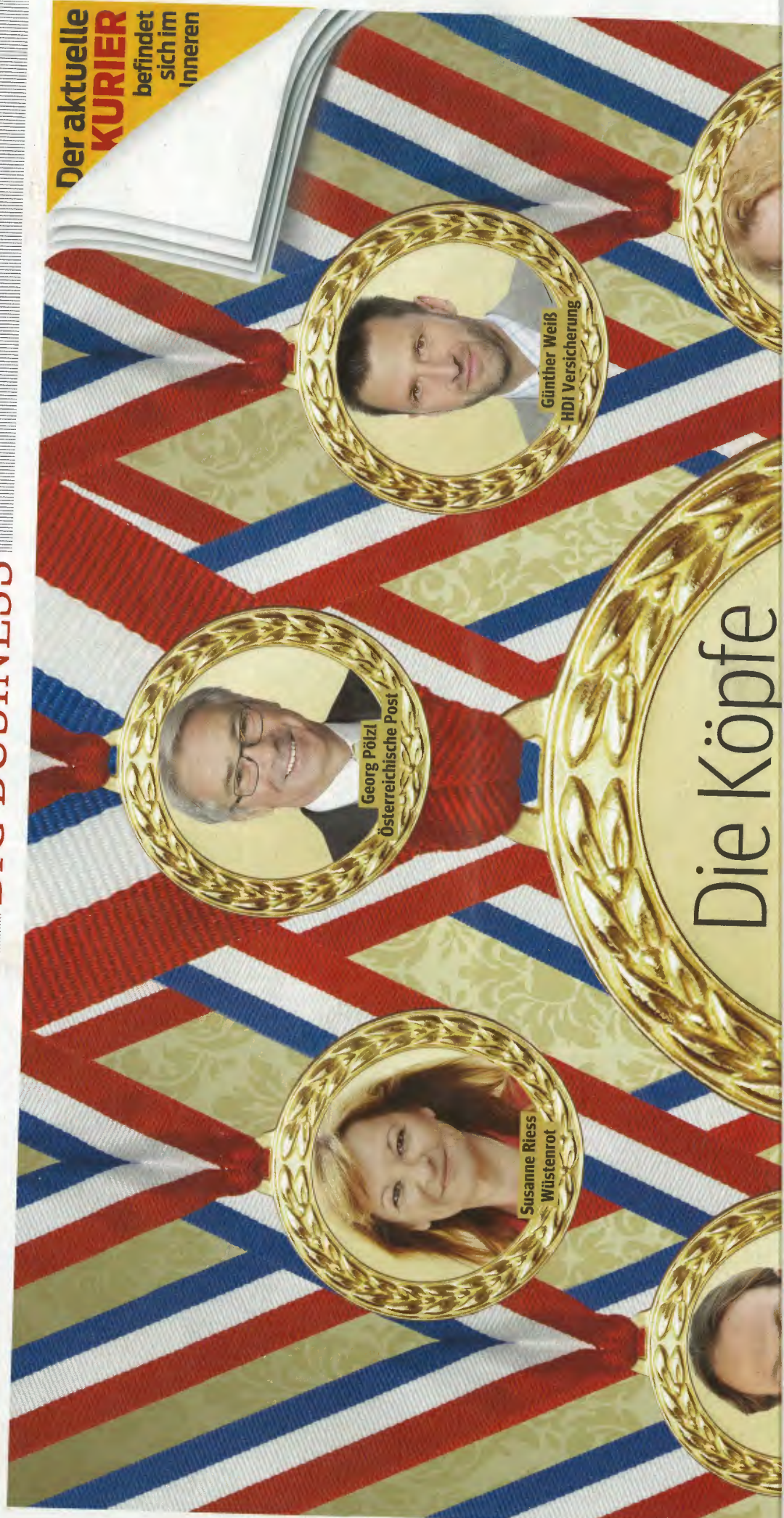
SEITE 24

# KURIER

## BIG BUSINESS

DONNERSTAG  
22. NOVEMBER 2012  
NR. 325 / 1,10 €

[KURIER.at](http://KURIER.at)



Der aktuelle  
**KURIER**  
befindet  
sich im  
Inneren

Susanne Riess  
Wüstenrot

Georg Pözl  
Österreichische Post

Günther Weiß  
HDI Versicherung

Die Köpfe



# Business kann auch nachhaltig sein

**Ethisch und sozial.** Anfang November fand bereits zum zweiten Mal der Global Social Business Summit in Wien statt

Gemeinsam kann ein nachhaltiger Veränderungsprozess in Gang gesetzt werden

Paperboy bringt's auf Ihr Smartphone!

Einfach diese Seite fotografieren!  
Die Gratis-App „kooaba Shortcut“ gibt's im App-Store

Hier geht's zur „Auszeichnung für Unternehmen mit Verantwortung TRIGOS“.



**B**ei diesem Kongress drehte sich heuer alles um unsere wirtschaftliche und soziale Zukunft und wie wir gemeinsam mit unserem heutigen Handeln und der „Kraft der Innovation“ dazu beitragen können, gesellschaftliche Probleme zu bekämpfen. „Junge Menschen haben heute so viele Gestaltungsmöglichkeiten wie noch nie in der Geschichte der Menschheit“, wies Friedensnobelpreisträger Muhammad Yunus auf das Leitthema des diesjährigen Global Social Business Summit hin: Power of Innovation – To Change the World. „Wir müssen die Möglichkeiten der Technologien und die schöpferische Kraft junger Menschen zusammenführen, um die sozialen Probleme zu lösen.“ Social Business habe die Kraft, die Welt zu verändern: „Gemeinsam werden wir einen fundamentalen Veränderungsprozess in Gang bringen, um die Zukunft auf der Welt lebenswerter

zu machen.“ Social Business werde entscheidend dazu beitragen, uns aus der globalen wirtschaftlichen und sozialen Krise herauszuführen.

Emmanuel Faber, COO der Danone Group, ist überzeugt, dass Social Business die einmalige Fähigkeit habe, Leute zu begeistern und Kreativität zu erzeugen, mehr als dies Profit vermag. „In jedem steckt eine Kreativität, die, verknüpft mit den Vorteilen und neuen Chancen des Technologiefortschrittes, innovative Ideen ermöglicht. Ideen, um soziale und ökologische Probleme zu lösen, etwa Armut zu bekämpfen, Gesundheit und Bildung zu fördern oder ausgegrenzte Teile der Bevölkerung in die Gesellschaft zu integrieren.“ Arme Menschen haben in unserer Gesellschaft keine Möglichkeiten, denn dafür fehlt die nötige Vision. „Gleichzeitig sind arme Menschen weltweit die größten Unternehmer.“

**Soziale Produktion**  
Zahlreiche ähnliche Initiativen und Projekte werden heutzutage meist unter dem Begriff „Corporate Social Responsibility“ (CSR) zusammengefasst. Ein aktuelles Beispiel ist das Kooperationsmodell „Soziale Produktion“ mit neun Partnern aus Ostösterreich und Westungarn. In dem EU-finanzierten Projekt der territorialen Zusammenarbeit wird seit Kurzem in Niederösterreich, Wien, der Steiermark, dem Burgenland und in Westungarn in den Komitaten Vas, Zala, Győr-Ménfőcsanak der Ansatz der sozialen Produktion als Modell einer prozessorientierten Beratung bis Mitte 2014 gezielt weiterentwickelt. Soziale Produktion bedeutet regionales Wirtschaften mit sozialer Komponente. Sozialbetriebe des 2. und 3. Arbeitsmarktes stellen unter fachlicher Begleitung nach nachhaltigen Kriterien mit Engagement und Kreativität Qualitäts-

produkte für privatwirtschaftliche und öffentliche Auftraggeber her. Bedürfnisse und Chancen dieser Zusammenarbeit sind inzwischen in zahlreichen Praxisbeispielen erprobt worden. Aus dem Projekt sollen 1000 Betriebskontakte entstehen und 100 Praxisbeispiele der Kooperation zwischen den Akteuren erarbeitet und begleitet werden.

Für die im Markenregister eingetragene Marke „sozial produziert“ soll gemeinsam mit Partnern aus der Sozialwirtschaft ein Kriterienkatalog entstehen. Ebenso in Planung: Es sollen Publikationen wie Ausbildungshandbücher und wissenschaftliche Werke geschaffen und eine Plattformstruktur zur selbstständigen Weiterentwicklung des Themas auf regionaler und transnationaler Basis geschaffen werden. Der Projektansatz soll auch in der wissenschaftlichen Diskussion verankert werden.

## „Das ist eine Frage des Stils“

**Interview.** Harald Rossegg, Geschäftsführer von Topas Corporate Fashion, über maßgeschneiderte Einkleidungskonzepte



Wert eines Unternehmens zum Ausdruck. Dazu bedarf es eines Partners mit modischem Feeling, verbunden mit der Erfahrung für das Tragbare im jeweiligen Job. Wir entwickeln mit unserem Design-Team maßgeschneiderte Einkleidungskonzepte, entsprechend der Color Codes des jeweiligen Unternehmens, wählen passende Stoffe aus und setzen diese kompetent um – von der Wiener Staatsoper bis zum ORF, vom Sportmoderator bis zum Musikantenstadl.

### Was haben Sie konkret zu bieten?

Topas offeriert Anzüge, Sakkos und Hosen, Mäntel und Jacken, Hemden, Strick und Accessoires und ist dabei auf zivile Dienstbekleidung und Uniformen für Damen und Herren spezialisiert. Dazu kommen offene Dienstleistungen wie

Shop – das wissen Verkehrsbetriebe wie die ÖBB oder Bedarfsflugunternehmen wie Jet Alliance zu schätzen.

### Wie sehen die Rahmenbedingungen Ihres Unternehmens aus?

Topas wurde 1918 als Zentraleinkaufsstelle für Textilwaren gegründet. 1926 begann die Produktion von Uniformen. 1975 startete Topas kontinuierliche Expansion mit Corporate Fashion. Design, Modell- und Schnittentwicklung, Musterproduktion und Produktionsabwicklung finden unter einem Dach statt – also alles aus einer Hand. Der Maschinenpark in der Produktion ist State-of-the-art von Spezial-Nähmaschinen (Pikier-, Hand- und Zierstich) bis hin zu besonderen Pressen und Formen, die

system garantiert den hohen Standard bei Passform, Tragekomfort und Verarbeitung. Warehousing, Logistic und Transport übernimmt der Spezialist JCL Topas und Logistik GmbH.

### Wo kann man Ihre Kreationen testen?

In einem eigenen Customer Service Center im zweiten Wiener Bezirk. Das ist der Company Store von Licona – hier können Firmemitarbeiter zu Öffnungszeiten wie im Handel die Ware probieren beziehungsweise gleich Maß nehmen lassen. Sicherheitsfirmen wie Mungos oder Simacek zählen ebenso zu unserem Kundenkreis wie Technikunternehmen von Schrack bis Siemens. Und selbst die roten Westen aller KIKO-Verkaufsberater sind von Topas – einer österreichischen Er-

**KURIER:** Mit Ihren Produkten leisten Sie einen wesentlichen Beitrag für das Image österreichischer Top-Unternehmen?

Harald Rossegg: Das ist wichtig. Corporate Fashion