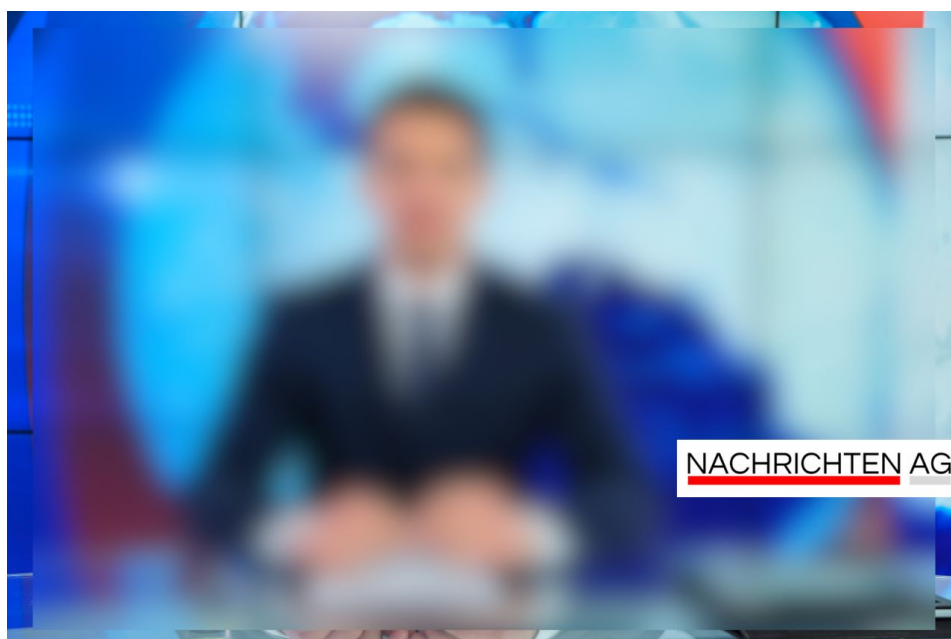


Neuer Podcast „Communicorn“: Gemeinsam für eine nachhaltige Zukunft!

Uni Lüneburg startet den Podcast
„Communicorn“ zur Förderung von Community
Entrepreneurship. Experten diskutieren nachhaltige
Geschäftspraktiken.



Lüneburg, Deutschland - Am 16. Mai 2025 wird der neue Podcast „Communicorn“ vorgestellt, der sich mit dem Thema Social Entrepreneurship beschäftigt. In diesem Podcast, der von der Leuphana Innovation Community moderiert wird, spricht ein Team aus Prof. Dr. Steffen Farny, Dr. Frederic Penz und Charlotte von Wulffen über Unternehmen, die sozial, nachhaltig und community-orientiert wirtschaften. Der Podcast umfasst zunächst acht Episoden, die im Audio- und Videoformat alle zwei Wochen veröffentlicht werden. Den Auftakt macht Timm Duffner, Geschäftsführer von Heyho Müsli, der mit seinem Slogan „Bei HEYHO stellen wir keine Menschen ein, um Hafer zu

rösten, wir rösten Hafer, um Menschen einzustellen“ einen Einblick in die Philosophie seines Unternehmens gibt.

Der Fokus liegt auf Community Entrepreneurship, welches wissenschaftliche Erkenntnisse mit praxisnahen Geschichten verbindet. Dabei werden Erfolge und Herausforderungen von gemeinschaftsorientierten Unternehmensformen beleuchtet. Die Themen stammen aus Lüneburg, Hamburg und anderen Städten in Deutschland und sind darauf ausgelegt, das Verständnis für Organisationen zu vertiefen, die nicht primär auf maximalen Gewinn, sondern auf Gemeinschaft, Resilienz und Nachhaltigkeit ausgerichtet sind. Die Transkripte der Episoden sind auf der Website des Podcasts verfügbar, und es werden auf Anfrage Übersetzungen ins Deutsche angeboten **berichtet die Leuphana**.

Herausforderungen im Social Entrepreneurship

Social Entrepreneurship erfordert, ähnlich wie bei anderen Unternehmensgründungen, zu Beginn finanzielle Mittel. Eine der Herausforderungen besteht darin, nicht nur anfängliche Finanzierungen zu sichern, sondern auch die Abhängigkeit von diesen Quellen im Laufe der Entwicklung des Unternehmens zu verringern. Sozialunternehmer sind häufig mit der hohen Erwartung konfrontiert, sowohl soziale Verantwortung zu tragen als auch ökonomisch erfolgreich zu sein **stellt die Plattform PergenZ fest**.

Um in diesem Umfeld erfolgreich zu sein, ist nicht nur unternehmerisches Geschick erforderlich, sondern auch die Fähigkeit, kritisch mit den eigenen Ideen und Konzepten umzugehen. Hohe innere Überzeugung sowie Resilienz in Anbetracht wirtschaftlicher Kritik sind entscheidend. Unternehmer, die im Bereich Social Entrepreneurship aktiv werden, sollten zudem Kompetenzen in ihrem spezifischen wirtschaftlichen Tätigkeitsfeld entwickeln, um tragfähige Konzepte entwerfen und soziale Verantwortung wirtschaftlich

kontextualisieren zu können.

Integration von Corporate Social Responsibility

Ein wichtiger Aspekt ist die Wechselbeziehung zwischen Sozialunternehmern und ihrer Community. Die Integration von Corporate Social Responsibility (CSR) spielt hierbei eine zentrale Rolle. Es gibt Unterschiede zwischen Startups, die sofort CSR umsetzen, und etablierten Unternehmen, die im Nachhinein damit beginnen. Letztere verfügen häufig über einen soliden ökonomischen Hintergrund, was den Übergang erleichtert, während neue Unternehmen möglicherweise auf größere Akzeptanzprobleme stoßen **wie in der Publikation erläutert wird.**

Soziale Unternehmer müssen auch verstehen, wie sie ihr Unternehmen in die bestehende Gemeinschaft einfügen können. Gerade bei Übergängen, wie der Umstellung von konventioneller Landwirtschaft auf Biolandbau, können Herausforderungen auftreten, die es zu meistern gilt. Angesichts dieser Anforderungen bietet „Communicorn“ einen wertvollen Raum für den Austausch und das Lernen von Erfahrungen, die für angehende und bestehende Sozialunternehmer von entscheidender Bedeutung sein können.

Details	
Ort	Lüneburg, Deutschland
Quellen	• www.leuphana.de • www.pergenz.de • journal.access-bg.org

Besuchen Sie uns auf: n-ag.de