

# Start-up: Alltagshelden

Ab sofort stellt sich in jeder STEIL Ausgabe ein Start-up unserer knallharten Jury: Eine Studentin, ein Professor und ein Experte aus der Wirtschaft beurteilen das Produkt, schätzen den Erfolg ein und geben Tipps zur Verbesserung.



MAG. DOMINIK BERON, JACOB WAGNER B.SC. UND  
CHRISTOPH HAUER B.SC.  
*alltagshelden.social*

### 3 Worte, die euch beschreiben:

Effektiv, flexibel, kundenorientiert.

### Was macht ihr?

›Alltagshelden‹ ist eine Vermittlungsplattform für ›skills-based volunteering‹. Wir helfen Privaten (insb. Studierenden) und Unternehmen ihr Knowhow für einen guten Zweck einzusetzen. Wir bringen sie mit gemeinnützigen Organisationen zusammen, die Bedarf an professioneller Unterstützung haben. Kurz gesagt: Freelancen für den guten Zweck!

### Was bringt uns das?

Unsere Projekte geben Studierenden die Möglichkeit einen hohen Impact auf die Gesellschaft zu haben und somit einen guten Zweck zu unterstützen. Sie sind auch eine Chance flexibel neben dem Studium praktische Erfahrungen zu sammeln, fachliche Kompetenzen und Soft Skills zu verbessern.

### Warum sollte ein Investor einsteigen?

›Alltagshelden‹ ist ein ›Double Bottom Line‹-Investment. Wir haben ein flexibles, skalierbares Geschäftsmodell und agieren in einer – auf europäischer Ebene – weitgehend unbesetzten Nische und schaffen, u.a. aufgrund des wirtschaftlichen Wertes der Projekte, einen hohen sozialen Impact. Außerdem sind wir ein motiviertes, vielseitiges und effizient arbeitendes Team.

### An welchem Punkt steht ihr gerade?

Wir sind gerade in die operative Tätigkeit übergegangen. Im Sommer setzten wir Testprojekte um, führten Interviews mit Non-Profits und hatten bereits am Tag unseres Launches Bewerber und Bewerberinnen für die ersten Projekte. Aktuell arbeiten wir an Kooperationen, dem Ausbau unseres Netzwerks, sowie der Optimierung der Unternehmenslösung.

### Wo seht ihr euch in fünf Jahren?

Dann wollen wir mit ›Alltagshelden‹ über Österreich bzw. dem deutschsprachigen Raum hinaus soziale Projekte auf europäischer Ebene vermitteln.

### Wie viel Geld braucht ihr an Investitionen?

Bisher haben wir ›gebootstrapped‹, d.h. uns gänzlich ohne externe Mittel finanziert. Aktuell warten wir auf die Entscheidung über einen Förderantrag unserer Vorgründungskosten und beantragen weitere Förderungen für den geplanten Markteintritt in Deutschland. Wir rechnen hierfür mit Investitionen in Höhe von rund 75.000 Euro.

### Aus welchen Fehlern können wir lernen?

Man sollte rechtzeitig Förderungen beantragen und ausreichend Zeit für die Finanzierung einplanen.

### Würden Sie das Produkt nutzen?

Gerne! Als Privatperson dürfte die Hauptzielgruppe eher bei Studierenden liegen, die sich sozial engagieren, praktische Erfahrungen sammeln und nebenbei ihren Lebenslauf aufbessern möchten. Interessant ist aber auch das Angebot an Unternehmen – Stichwort ›Corporate Social Responsibility‹.

### Wo sehen Sie ein Verbesserungspotenzial?

Die Idee und Umsetzung finde ich top! In wie weit sich das Projekt selbst finanzieren kann, oder auf Spenden und Förderungen angewiesen ist, kommt im Pitch nicht heraus. Dies ist aber für einen langfristigen Erfolg ein entscheidender Faktor.

### Wie schätzen Sie den Erfolg ein?

Studien, die ›Deloitte‹ durchgeführt hat, zeigen die förderlichen Auswirkungen von ›skills-based volunteering‹ auf das berufliche Fortkommen, sowie auf die Zufriedenheit und Loyalität von Mitarbeitern. ›Alltagshelden‹ hat diesen Trend erkannt und ein gelungenes Tool zur Vernetzung geschaffen.

---

### Würden Sie das Produkt nutzen?

Nicht selbst, aber ich wüsste einige, denen ich das weiterleiten würde.

### Wo sehen Sie ein Verbesserungspotenzial?

Die Idee ist gut – aber könnte man die Wertschöpfung noch erhöhen? Reicht eine reine Vermittlung aus? Wie sieht es mit der Qualitätsprüfung beider Seiten aus? Was passiert, wenn sich ›schwarze Schafe‹ darunter mischen? Und wie schützt man sich im Erfolgsfall gegen Imitation? Unklar ist mir auch das Geschäftsmodell. Wie wird Geld verdient?

### Wie schätzen Sie den Erfolg ein?

Schr vielversprechend. Vor allem dann, wenn hier tatsächlich eine Nische vorliegt. Es ist wichtig, über schnelles Wachstum (Brand! Guerilla Marketing!), ein hohes Transaktionsvolumen und ein tolles Angebot aufzubauen. Dann hätte man auch ein Alleinstellungsmerkmal, mit dem man sich gegen Imitation schützen kann. Das neue WU Gründerzentrum ist optimal, um das Wachstumstempo zu erhöhen!

---

### Würdest du das Produkt nutzen?

Ja, regelmäßig.

### Wo siehst du ein Verbesserungspotenzial?

Verbesserungspotenzial sehe ich nicht, das Konzept scheint gut durchdacht und kann erfolgreich umgesetzt werden.

### Wie schätzt du den Erfolg ein?

Wenn sich genug Investoren finden, könnte die Plattform großen Erfolg haben. Es ist eine gute Idee und regt Studenten zu mehr Engagement an. Man kann Informationen mit erfolgreichen Unternehmen austauschen und eigene Erfahrungen sammeln. Ein Student könnte so mehr Einfluss haben und seine Stärken im Bereich Wirtschaft und Geschäftstätigkeiten verbessern.



**MAG. STEPHAN KARIGL**  
*Deloitte, Senior Tax Manager  
und Spezialist für Hightech-  
Start-ups des YESTech-Beratungsportfolios von Deloitte.*

**Deloitte.**



**UNIV. PROF. DKFM. DR. NIKOLAUS FRANKE**  
*Gründer und Leiter des Institut für  
Entrepreneurship und Innovation an der  
WU Wien*



**RENATA PRIBILA**  
*studiert IBW*