

Die Idee hat also Schule gemacht. Aus dem Ziel des Vereins, Freundschaften zwischen Menschen mit und ohne Fluchthintergrund zu fördern und zu einer toleranten Gesellschaft beizutragen, hat sich ein ganzes Repertoire an Geschäftsideen entwickelt - rund um multi-kulturelles Essen, Catering, Kochkurse und Streetfood.

In München bietet das Über den Tellerrand Café derzeit 15 Arbeitsplätze für Menschen aus 14 Nationen, überwiegend mit Fluchthintergrund. Eine davon fördert das MBQ - das Münchner Beschäftigungs- und Qualifizierungsprogramm der Stadt. Während das Café als Unternehmen von der **Über den Tellerrand GmbH** betrieben wird, organisiert der **Verein** mit rund 30 Ehrenamtlichen darüber hinaus Begegnungsprojekte, Spieleabende, ein wöchentliches Sprachcafé und mehr. Die Gewinne aus der GmbH fließen zu 100 Prozent in den gemeinnützigen Verein.

Versicherung mit öko-sozialer Wirkung:
ver.de



© ver.de eG

(14.11.19) Das Münchner Start-up ver.de will Versicherungen anbieten, die eine möglichst sichtbare, öko-soziale Wirkung haben. Die Geschäftsidee verknüpft deshalb zwei Ebenen: Während die Beiträge konsequent in Klimaschutz, Bildung, ökologische Landwirtschaft und Pflege fließen, fördern Leistungen der Versicherung gezielt ökologisch-nachhaltige Produkte.

Die Genossenschaft **ver.de e.G.** wurde 2016 in München gegründet. Initiatorin war Dr. Marie-Luise Meinhold, Wirtschaftswissenschaftlerin und Biologin, die schon einige Jahre in einem großen Versicherungskonzern gearbeitet hatte. Mit weiteren Finanz- und Versicherungsmenschen machte sie sich auf den Weg, eine Versicherung ins Leben zu rufen, "die anders tickt". Das betrifft die Beiträge, die im Versicherungswesen nach wie vor meist in Investments fließen, die nicht für die Kunden sichtbar sind. Was also tun, um auszuschließen, dass hier auch Massentierhaltung, fossile Brennstoffe oder die Rüstungsindustrie mitfinanziert werden?

Zunächst musste das Team eine AG gründen, weil eine Genossenschaft nach Bundesgesetz keine Versicherung betreiben darf. Seit April gibt es daher die **ver.de AG**, die das Versicherungsgeschäft betreibt.

Ver.de wirbt um Kunden, die im Idealfall auch der Genossenschaft beitreten und

mitentscheiden, wohin die Reise gehen soll. Dies ist aber keine Bedingung. Zugleich will ver.de den Konsum beeinflussen. Die Grundidee ist: Wenn eine ver.de-Versicherung leistet, dann wird nicht nur der Wert eines schadhaften Produktes ersetzt, sondern oft noch ein Mehrwert, so dass Kunden ökologischere und nachhaltigere Produkte wählen können.

Angefangen hat ver.de mit dem **VER.DE-Check**, einer unabhängigen Beratung für 45 Euro zum Thema ökofaire Investments und Altersvorsorge. Um bekannter zu werden und um für die Zielgruppe einen passenden Markenauftritt zu schaffen, startete ver.de 2017 eine **Crowdfunding-Kampagne** und baute die ökosoziale Geschäftsidee weiter aus.

Nun ist die nächste Stufe erreicht: Mit **ver.de BIKE - die ver.de Fahrradabsicherung** startet das Team die erste eigene Versicherung. Schutz und Leistungen sind dabei einfach und konkret auf eine Zielgruppe zugeschnitten, die nachhaltig unterwegs ist und dies konsequent weiterdenken will. Nachhaltiges Investment, Ersatzfahrrad und Streifenkarte bei Diebstahl, die Förderung lokaler und nachhaltiger Fahrradanbieter sowie eine Teilrückerstattung, falls innerhalb von drei Jahren kein Schaden eintritt - damit könnte ver.de auch Kunden gewinnen, die ihr Fahrrad in bestehenden Hausrat- oder Haftpflicht-Verträgen noch nicht mitversichert haben.

Mehr zum Thema

- [Münchens Angebote für Soziales Unternehmertum](#)

muenchen.de

© 2015 Portal München Betriebs-GmbH & Co. KG - Ein Service der Landeshauptstadt München und der Stadtwerke München GmbH.