

Wirkungsplan Bridge&Tunnel für das Jahr 2022

nach Social Reporting Standard

Inhaltsverzeichnis

Summary

Teil A – Überblick

1. Einleitung

1.1 We design society

Teil B - Bridge&Tunnel

2. Das gesellschaftliche Problem und der Lösungsansatz

2.1 Fehlende Teilhabe

2.2 Öffentlich geförderte Maßnahmen

2.3 Das Sozialunternehmen Bridge&Tunnel

Abb.4: Detaillierte Angaben zur Wirkungslogik von Bridge&Tunnel

3. How we design society

3.1 What we did (Input)

3.2 How it worked (Output)

3.3 What we achieved (Outcome/Impact)

3.4 Bridge&Tunnel

3.5 Ausgründung

4. Planung und Ausblick 2023

4.1 Wir haben viel vor

4.2 Was passieren könnte – oder auch nicht

5. Der Bridge&Tunnel Kosmos

5.1 Nicht ohne Passage

5.2 Unser Team

5.3 Zusammen ist man weniger allein

6. Organisationsprofil

6.1 Allgemeine Angaben

6.3 Governance von Bridge&Tunnel

6.4 Umwelt- und Sozialprofil

7. Finanzen und Rechnungslegung

7.1 Buchführung und Rechnungslegung

7.3 Finanzielle Situation und Planung

Summary

Bridge&Tunnel steht für zweite Chancen. Seit 2016 fertigt das Social Fashion Label mitten in Hamburg mit gesellschaftlich benachteiligten Menschen sowie mit Geflüchteten. Beide verbindet das enorme handwerkliche Geschick jenseits von Zeugnissen und Diploma. Und die Erkenntnis: Wer arbeitet, lernt Menschen kennen. Und wer arbeitet, fühlt sich gebraucht.

Auch die Designs erzählen von zweiten Chancen. Denn alle Produkte entstehen aus post- und pre-consumerwaste. Zum Portfolio gehören hochwertige Accessoires, Home Textiles und ausgewählte Fashion Pieces. Für den B2B Bereich verarbeitet das Label für Kund:innen wie Tchibo, Veolia oder Sea Shepherd mittlerweile auch andere textile Reste wie Restanten, Samples oder Werbematerialien.

So verhilft Bridge&Tunnel wertvollen Materialressourcen zu einem neuen Leben in style und hoffnungsvollen Talenten aus aller Welt zu einem erfüllenden Job mit Anerkennung.

#wedesignsociety // Bridge&Tunnel bringt soziales Tun und wirtschaftliches Handeln zusammen. Wir fertigen lokal und fair: mit gesellschaftlich benachteiligten Menschen, die wir schrittweise auf eine Tätigkeit in der freien Wirtschaft vorbereiten.

#empowerment // In unserem Produktionsteam werden handwerklich geschickte Menschen unterstützt, ihr Tun zu professionalisieren und damit aus eigener Kraft aus der (Langzeit)Arbeitslosigkeit und den damit verbundenen Folgen für sich sowie ihre Familien herauszufinden. Wir vermitteln unseren Mitarbeiter:innen durch ihre Arbeit Wertschätzung. Die Menschen gewinnen an Selbstvertrauen – in sich und in den Arbeitsmarkt.

#participation // Bridge&Tunnel tritt der unzureichenden Teilhabe von gesellschaftlich benachteiligten Mitbürger:innen am gesellschaftlichen Leben entgegen. Dazu setzen wir auf die Kraft von Erwerbsarbeit.

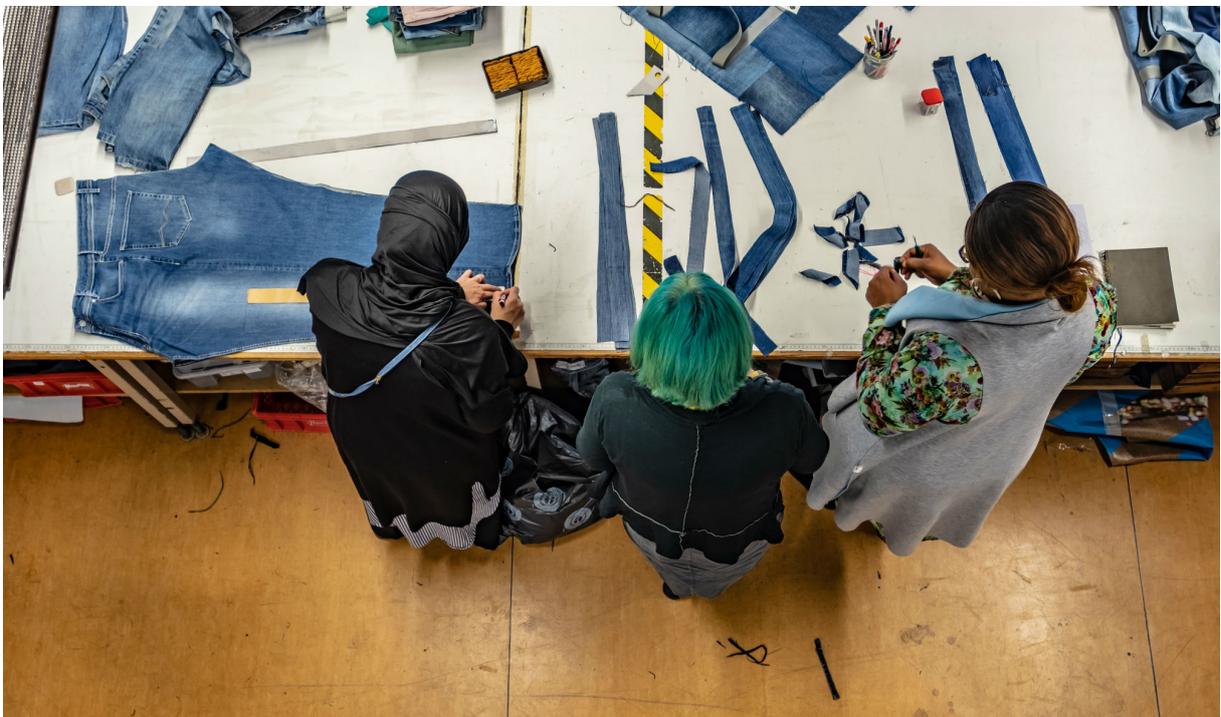


Abb. 1: We design society. Das Bridge&Tunnel Produktionsteam bei der Arbeit.

Auf den nachfolgenden Seiten finden Sie einen Überblick über unsere Arbeit und die damit verbundene soziale Wirkung von Bridge&Tunnel.

Teil A – Überblick

1. Einleitung

1.1 We design society

Die Upcycling Manufaktur Bridge&Tunnel bringt gesellschaftlich benachteiligten Menschen in die Erwerbsfähigkeit und verhilft ausgedienten Textilien zu einem 2.Leben in style.

Wie erreichen wir unsere Vision?

#wedesignsociety // Bridge&Tunnel steht für Social Design, eine Designpraxis, die über eine reine konsumorientierte Gestaltung von Produkten hinausgeht. Für Bridge&Tunnel bedeutet dies, Soziales Tun und wirtschaftliches Handeln zusammenzubringen. So findet die Produktion unseres Labels bewusst nicht im Ausland, sondern im Herzen von Hamburg im Stadtteil Wilhelmsburg statt. Hier nähern gesellschaftlich benachteiligte Frauen und Männer in unserer Werkstatt unsere Kollektionen. Bridge&Tunnel schafft feste Arbeitsplätze und bereitet die Näher:innen schrittweise auf eine Tätigkeit in der freien Wirtschaft vor.

Wie lautet unser Angebot?

#empowerment // Im Bridge&Tunnel Produktionsteam ist jeder willkommen, der – unabhängig von Abschlüssen oder Zeugnissen – über handwerkliche Fähigkeiten an der Industrienähmaschine verfügt. Wir möchten die Menschen professionalisieren und sie damit unterstützen, aus eigener Kraft aus der (Langzeit)Arbeitslosigkeit und den damit verbundenen Folgen für sich sowie ihre Familien herauszufinden.

Welche Aspekte des gesellschaftlichen Problems gehen wir mit unserem Vorhaben an?

#participation // Bridge&Tunnel möchte der unzureichenden Teilhabe von gesellschaftlich benachteiligten Menschen am gesellschaftlichen Leben entgegentreten. Dazu setzen wir mit unserem Unternehmen auf die Kraft von Erwerbsarbeit. Denn wer arbeitet, lernt Menschen kennen. Wer arbeitet, fühlt sich gebraucht. Und Arbeit ist der beste Deutschkurs.

Auf ihrem Weg in ein aktives Berufsleben begleiten wir unser Team engmaschig: Wir bieten Unterstützung und Hilfe bei Behördengängen oder Rechtsfragen an und helfen den Teilnehmer:innen, sich an ungeübte Arbeitssituationen zu gewöhnen. Darüber hinaus steht dem Produktionsteam eine professionelle Anleiterin für handwerklich-professionelle Fragen zur Seite. Die Qualifizierung und die spätere Beschäftigung erfolgen in enger Kooperation mit dem zuständigen Jobcenter. Werkstattpsprache ist deutsch.

Welche Wirkung erzielen wir?

#appreciation // Wir merken jeden Tag aufs Neue, was es für unser Näher:innen bedeutet, endlich einen eigenen Job zu haben und etwas zum Lebensunterhalt ihrer Familien beizusteuern. Die Wertschätzung, die sie durch ihre Arbeit bekommen, erfahren viele von ihnen das erste Mal in ihrem Leben. Sie gewinnen an Selbstvertrauen – in sich und in den Arbeitsmarkt und übertragen dieses Gefühl auch in ihr Familienleben. Folgeprobleme von Langzeitarbeitslosigkeit wie psychologische und gesundheitliche Probleme, Entqualifizierung und Stigmatisierung) sowie familiäre Spannungen und Konflikte werden aufgebrochen. Selbstachtung und das soziale Ansehen steigen, die Lebenschancen werden verbessert.

1.2 Gegenstand des Berichts

Geltungsbereich	Der vorliegende Report dokumentiert die soziale Wirkung von Bridge&Tunnel über den Hebel Erwerbsarbeit.
Planungszeitraum	2022
Anwendung des SRS	Dem vorliegenden Report liegt die Version SRS 2014 zugrunde. Wir erstellen den Report das 4. Mal.
Ansprechpartner	Dr. Constanze Klotz, Co-Founderin, constanze@bridgeandtunnel.de, 0160-8027106

Teil B - Bridge&Tunnel

2. Das gesellschaftliche Problem und der Lösungsansatz

2.1 Fehlende Teilhabe

Kulturelle, religiöse und sprachliche Einschränkungen, aber auch gesellschaftliche Vorurteile machen es Frauen und Männern mit migrantischer Lebensgeschichte oftmals schwer, sich über Erwerbsarbeit zu integrieren und in vollem Maße am gesellschaftlichen Leben teilzuhaben. Aus unserer langjährigen Arbeit in Hamburg-Wilhelmsburg, einem Stadtteil mit einem überproportional hohen Anteil an Langzeitarbeitslosen sowie Menschen mit migrantischem Hintergrund, wissen wir, dass viele der Betroffenen häufig ein Parallelleben führen, das sie immer weiter von der deutschen Gesellschaft entfremdet: in den Kernfamilien sprechen sie z.B. nur arabisch, sie gehen zum arabischen Zahnarzt, lesen arabische Zeitungen, kaufen im arabischen Supermarkt ein, besuchen arabische Veranstaltungen. Obwohl viele der Betroffenen bereits seit 15 oder 20 Jahren in Deutschland leben, sprechen sie dadurch kaum deutsch, finden nur selten eine Arbeit und hängen in der Dauerschleife der Langzeitarbeitslosigkeit fest.

In Zeiten von worklife-Balance können sich viele Menschen kaum vorstellen, was es bedeutet, keine Arbeit zu haben. Dabei sind die Folgen insbesondere von Langzeitarbeitslosigkeit immens: psychologische und gesundheitliche Probleme, Entqualifizierung, Stigmatisierung, familiäre Spannungen und Verarmung – trotz Grundsicherung – gehören dazu. Auch für nahe Angehörige kann Arbeitslosigkeit eine gravierende Beeinträchtigung von Wohlstand, Selbstachtung, sozialem Ansehen und Lebenschancen bedeuten.

Laut Statistik Nord erhalten 9,9 Prozent der Hamburger Bevölkerung Leistungen nach SGB II, in Wilhelmsburg sind es sogar 22,5 Prozent (Stand 2015). Während 32,7 Prozent der Bevölkerung in Hamburg einen migrantischen Hintergrund aufweist, sind es in Wilhelmsburg 58,6 Prozent, auf der Veddel beträgt der Anteil von Menschen mit Migrationshintergrund gar 71 Prozent. Um gesellschaftliche Konsequenzen dieser Abwärtsspirale zu stoppen und nicht nur den Betroffenen, sondern auch ihren Kindern eine selbstbestimmte Lebensperspektive zu eröffnen, bei der deutlich wird, was für ökonomisch wertvolle Ressourcen in jedem einzelnen Menschen schlummern, bedarf es eines Umdenkens, um eine zunehmende Parzellierung der Gesellschaft zu verhindern.

2.2 Öffentlich geförderte Maßnahmen

Die Arbeitsmarktpolitik reagiert auf die hohe Zahl an Langzeitarbeitslosen mit einer Vielzahl an staatlichen Instrumenten (Aktivierung und berufliche Eingliederung; berufliche Weiterbildung; Beschäftigung schaffender Maßnahmen etc.), häufig auch bekannt als „zweiter oder sozialer Arbeitsmarkt“. Ziel ist es, nicht nur reine Unterstützungsleistungen zu gewährleisten, sondern Beschäftigung zu schaffen, die vom ersten Arbeitsmarkt nicht in ausreichendem Maße zur Verfügung gestellt wird. Damit soll Teilhabe am Arbeitsleben für besonders benachteiligte Personen erreicht werden. Durch die regelmäßige staatliche Subventionierung wird diese Form der Arbeit auch als öffentlich geförderte Beschäftigung bezeichnet.

So wichtig staatliche Interventionen sind, so kontrovers werden die Wirkungen von Maßnahmen diskutiert. Zwar schaffen sie Entlastung für die Arbeitslosigkeit, jedoch in nur kurzfristiger Weise, nach Vollendung der Maßnahmen kehren – so statistische Erhebungen - viele TeilnehmerInnen in die Arbeitslosigkeit zurück. Auch wenn auf diese Weise die Arbeitsfähigkeit erhalten bleibt, Tagesabläufe strukturiert werden und die Beschäftigungsfähigkeit der TeilnehmerInnen erhöht wird, so stellt sich eine Vermittlung in dauerhafte Jobs als schwierig dar.

2.3 Das Social Business Bridge&Tunnel

Um migrantischen Mitbürger:innen mit geringfügiger Qualifikation sowie Geflüchteten eine vollumfängliche Teilhabe am gesellschaftlichen Leben zu ermöglichen, setzt Bridge&Tunnel am Thema

Erwerbsfähigkeit an – allerdings losgelöst von verbrieften Qualifikationen sowie von geläufigen Maßnahmen des „zweiten Arbeitsmarktes“.

Unser Lösungsansatz:

Aus unserer Arbeit im Stoffdeck, einem Co-Working Space für Designer und DIYler in Hamburg Wilhelmsburg, den wir von 2013-2021 betrieben haben, wissen wir, dass Menschen mit migrantischem Familienhintergrund oftmals kreative Fähigkeiten und Fertigkeiten aus ihren Heimatländern mitbringen, die für die textile Produktion von großem Nutzen sein können. Als Social Business knüpft Bridge&Tunnel an die Fertigkeiten der Menschen an und macht sie für die textile Produktion nutzbar.

Social Design bedeutet, dass das Endprodukt (Design) und die Art und Weise der Produktion (Fertigung mit gesellschaftlich benachteiligten Menschen) unweigerlich miteinander verwoben sind. Das ist insofern wichtig, da wir viele Erfahrungen mit Nähprojekten gemacht haben, die als öffentlich geförderte Maßnahme ohne verkaufbares Endprodukt organisiert sind, was nicht selten dazu führt, dass die Teilnehmer:innen nur begrenzt motiviert sind. Denn Wertschätzung entsteht auch dadurch, dass die eigene Arbeit von Außenstehenden (z.B. durch einen Kauf) honoriert wird. Deshalb haben wir mit Bridge&Tunnel Produkte geschaffen, mit denen wir uns bewusst im klassischen Designsegment, nicht in arbeitsmarktpolitischen Kontexten platzieren. Indem wir unser Endprodukt am Designmarkt positionieren, schaffen wir eine starke Identifikation und Wertschätzung der Mitarbeiter:innen in unserem Produktionsteam.



Abb.2: Näherin Idowu Ogunleye bei ihrer Arbeit in der Werkstatt.

Bei Bridge&Tunnel professionalisieren wir handwerklich geschickte Menschen und unterstützen sie, aus eigener Kraft aus der (Langzeit)Arbeitslosigkeit und den damit verbundenen Folgen für sich sowie ihre Familien herauszufinden.

Durch Arbeit werden psychologische und gesundheitliche Probleme, Entqualifizierung und Stigmatisierung(s) sowie familiäre Spannungen und Konflikte aufgebrochen. Selbstachtung und das

soziale Ansehen steigen, die Lebenschancen verbessern sich. Ziel ist eine Loslösung von ALG II (Outcome), durch die eine vollumfängliche Teilhabe am gesellschaftlichen Leben ermöglicht wird (Impact).

2.3.1 Leistungen (Output) und direkte Zielgruppen

Die detaillierten Leistungen (Output) von Bridge&Tunnel sind in Tabelle in 2.3.3. erfasst.

2.3.2 Intendierte Wirkungen (Outcome/Impact) auf direkte und indirekte Zielgruppen

Die intendierten Wirkungen (Outcome / Impact) von Bridge&Tunnel sind in Tabelle in 2.3.3. erfasst.

2.3.3 Darstellung der Wirkungslogik

Die nachfolgende Abbildung zeigt die Wirkungslogik von Bridge&Tunnel, in der Tabelle finden sich Details zu den einzelnen Stufen.

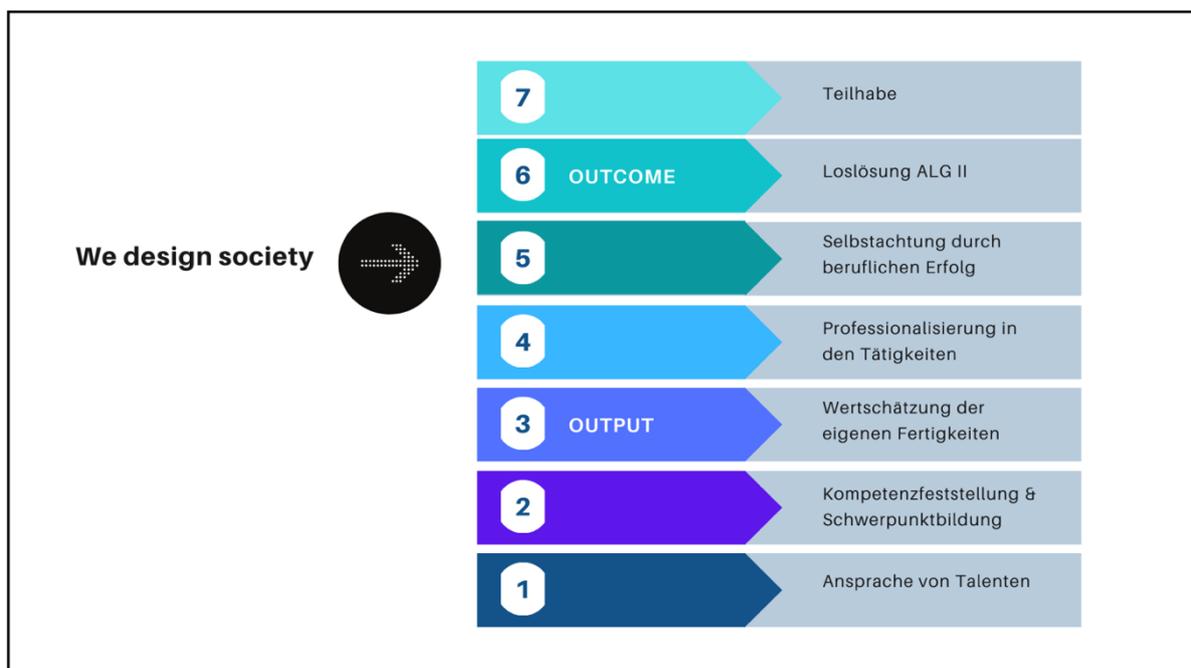


Abb.3: Die Wirkungslogik von Bridge&Tunnel

Zielgruppe	Leistung	Erwartete Wirkung
Menschen mit Migrationsgeschichte/ Geflüchtete	(1) Ansprache über Presse, Initiativen, Multiplikator:innen	Erreichen von interessierten Teilnehmer:innen
	(2) Kompetenzfeststellung über Probenähetermine, Erstberatungen	neue Selbstwahrnehmung durch Beratung und Nähen
	(3) Job-Offer, Einstellung, Mitarbeit	Nachfrage nach freien Stellen, Mitarbeiter:innen verändern ihre Fähigkeiten, bringen eigene Ideen ein
	(4) Professionalisierung über Schulungen, Trainingstage, Übungspraxis	Mitarbeiter:innen professionalisieren sich in ihrem Nähen
	(5) Kontinuierliche Arbeit, Erweiterung des Aufgabenspektrums, Übertragung von Verantwortung	Mitarbeiter:innen ändern ihr Handeln: mehr Selbstbewusstsein, Übernahme neuer eigenständiger Aufgaben
	(6) Durch eine Festanstellung bei Bridge&Tunnel gelingt eine Loslösung von ALG II.	Mitarbeiter:innen entkommen dem Teufelskreis der Langzeitarbeitslosigkeit durch eigenen Verdienst
	(7) Mitarbeiter:innen sind vollwertige Mitglieder unserer Gesellschaft und haben an dieser teil.	Gesellschaft verändert sich

Abb.4: Detaillierte Angaben zur Wirkungslogik von Bridge&Tunnel

3. How we design society

3.1 What we did (Input)

Nach der Idee zur Gründung von Bridge&Tunnel im März 2015 vergingen fast anderthalb Jahre, bis wir unser Unternehmen im Juli 2016 launchen konnten. Die Zeitspanne von 2 Jahren haben wir genutzt, um die Designentwicklung zu optimieren, das Team zusammenzustellen, die Anschubfinanzierung zu stemmen, die Website zu erstellen, erste Markterfahrungen zu sammeln und vieles mehr.

Während unser Label im B2C Bereich kontinuierlich, bewegen wir uns seit 2019 zusätzlich im B2B Bereich. So haben wir uns darauf spezialisiert, vermeintlichen Textilresten ein neues Leben als Designprodukt zu geben. Und die Materialien so länger im Kreislauf zu halten. Nicht nur aus Jeans, sondern aus vielen anderen Textilien, die in Unternehmen tagtäglich anfallen. So werden aus Werbebannern Laptopsleeves, aus T-Shirts Haarbänder oder aus Arbeitsklamotten fancy Hipbags. Das Angebot gilt ausschließlich für den B2B-Bereich. Bislang haben wir in diesem Bereich mit Kunden wie Tchibo, Levi's, Toyota, About You, Sea Shepherd, der HEK oder dem Avocado Store zusammengearbeitet. Und die Nachfrage ist groß. Aktuell (Stand 2022) ist unser Team zu einem Drittel mit B2C und zu 2/3 mit B2B ausgelastet.



3.2 How it worked (Output)

Bridge&Tunnel versteht sich – so sein Name – als Brückenbauer in den ersten Arbeitsmarkt. Perspektivisch möchten wir bis zu 20 Personen mit sozialversicherungspflichtigen Halbtagsstellen bei unserem Label anstellen. Gleichzeitig haben wir schon jetzt weitaus mehr Menschen als diese Anzahl gescoutet und kennengelernt, für die wir ebenfalls Perspektiven entwickeln möchten. Die genauen Kennzahlen sind unter Punkt 3.4. dargestellt.

3.3 What we achieved (Outcome/Impact)

Aktuell befinden wir uns in der Professionalisierungsphase (s. Abb. 3), deren Ergebnisse in Tab. 3.4. detailliert dargelegt werden.

3.4 Bridge&Tunnel

Auf unsere im März 2016 veröffentlichte Ausschreibung nach handwerklich begabten Schneider:innen hatten sich 56 Personen gemeldet. Weitere 40 Personen hatten sich auf unsere im Oktober 2016 erfolgte Ausschreibung auf Praktikumsplätze für Menschen mit Fluchtgeschichte beworben.

Seitdem bieten wir kontinuierlich Praktikumsplätze für langzeitarbeitslose Menschen sowie Menschen mit jüngerer Fluchtgeschichte an, die erst vor kurzer Zeit nach Deutschland gekommen sind. Folgende Kennzahlen konnten in den vergangenen Jahren erreicht werden:

Zielgruppe	Leistung	Outcome + Wirkung	Gesamt
Gesellschaftlich benachteiligte Menschen	Ansprache <ul style="list-style-type: none"> 40 Mailings an Multiplikatoren und Initiativen 	Erreichen von insg. 40	Erreichen von insg. 50 Personen
Geflüchtete	Ansprache <ul style="list-style-type: none"> 15 Mailings an Multiplikatoren und Initiativen, 20 Facebook-Postings 	Erreichen von insg. 35 Personen	
Gesellschaftlich benachteiligte Menschen	Kompetenzfeststellung <ul style="list-style-type: none"> 30 Erstberatungen (telefonisch oder persönlich) 25 Probenähtermine 	neue Selbstwahrnehmung bei ca. 50% der Personen durch Beratung und Näherfahrung	Kompetenzfeststellung bei insg. 53, Erstberatungen mit deutlichen Effekten bei ca. 1/3 der Zielgruppen
Geflüchtete	Kompetenzfeststellung <ul style="list-style-type: none"> 30 Erstberatungen (telefonisch oder persönlich) 20 Probenähtermine 	neue Selbstwahrnehmung bei ca. 25% der Personen durch Beratung und Nähen	
Gesellschaftlich benachteiligte Menschen	Bewerbungsgespräche <ul style="list-style-type: none"> mit 40 Personen 	Praktika: 30 Personen Einstellung: 3 Person Aufnahme in Kartei: 2 Personen	Einstellung: 3 Person Praktika: 20 Personen
Geflüchtete	Bewerbungsgespräche <ul style="list-style-type: none"> mit 20 Personen 	Praktika: 12 Personen Übernahme ins Produktionsteam: 1 Person Vermittlung von 2 Personen	
Gesellschaftlich benachteiligte Menschen / Geflüchtete	Qualifizierung & Betreuung <ul style="list-style-type: none"> einmal wöchentliches Trainingslager à 2h 1-2 x im Monat: Schulungen zu Spezialthemen in der Produktion tägliche Übungspraxis Beratung in privaten Angelegenheiten (Jobcenter, Wohnungssuche) 	MitarbeiterInnen professionalisieren sich in ihrem Nähen; erweitern ihr Aufgabenspektrum; übernehmen selbständiger Aufgaben, haben weniger Rückfragen	MitarbeiterInnen ändern ihr Handeln! Bridge&Tunnel vermittelt seinen Mitarbeitern durch ihre Arbeit Wertschätzung – die viele das erste Mal in ihrem Leben

			erfahren. Die Menschen gewinnen an Selbstvertrauen – in sich und in den Arbeitsmarkt.
--	--	--	---

Abb.5: Erreichte Kennzahlen von Bridge&Tunnel seit 2016



Abb.6: Alle Produkte von Bridge&Tunnel tragen den Namen der Näher:innen, die das Produkt gefertigt haben.

3.5 Ausgründung 2022

Bridge&Tunnel war in den letzten Jahren als Betriebsteil von Passage Hamburg – gemeinnützige Gesellschaft für Arbeit und Integration organisiert. Die Trägergesellschaft bringt seit über 30 Jahren Menschen ohne Arbeit zurück in Jobs und damit ins gesellschaftliche Leben. Unter der Trägerschaft von Passage durfte Bridge&Tunnel die ersten Schritte gehen, wachsen und gedeihen. Wir danken Passage von ganzem Herzen für 6 Jahre Aufbauarbeit unter einer absolut bereichernden Trägerstruktur.

Seit April 2022 agiert Bridge&Tunnel als eigenständige GmbH mit angestrebter B-Corp Zertifizierung. Weiterhin unter unserer Leitung (Hanna Charlotte Erhorn und Dr. Constanze Klotz) als Geschäftsführerinnen, aber nun auch Gesellschafterinnen und mit dem Support der Tarek Müller Beteiligungsgesellschaft soll Bridge&Tunnel auch in Zukunft weiterwachsen: um dadurch noch mehr gesellschaftlich benachteiligte Menschen in Arbeit zu bringen und wichtige Perspektiven der Teilhabe in unserer Gesellschaft zu schaffen.

4. Planung und Ausblick 2023

4.1 Wir haben viel vor

Bridge&Tunnel wird seine Geschäftstätigkeit perspektivisch auf 3 Ebenen umsetzen:

1) **B2C Label:** Mit Bridge&Tunnel zeigen wir, dass Reststoffe erst dann zu Müll werden, wenn man sie so denkt. Das Aufzeigen der Langlebigkeit von Reststoffen erfolgt bei Bridge&Tunnel anhand des Textils Denim. In 2023 soll der Fokus des Labels verstärkt auf die Segmente Accessoires und Home Textiles gerichtet werden.

2) **B2B Re.Cycle:** Als zweites Standbein bietet Bridge&Tunnel Upcycling Leistungen auch für den B2B Bereich an, die stark nachgefragt werden. Denn textile Reste (Restanten, Sampleware, Retouren, Arbeitsbekleidung, Verpackung, Werbematerialien, Bannern etc.), finden sich in nahezu jedem Unternehmen. Dabei fertigen wir aus einer Vielzahl von Textilien, die in Unternehmen tagtäglich oder gelegentlich (nach Messen, aus Überhängen, etc.) anfallen. So werden aus Samples Reisetaschen, aus Werbebannern Laptopsleeves, aus Sweatern Shopper oder aus Arbeitsklamotten fancy Hipbags

3) **B2B Re.Vive:** Bridge&Tunnel bietet ab 2023 die serielle Um- und Aufarbeitung von unverkäuflicher Neu- und Retourenware für Unternehmen an. Die Revitalisierung von Textilien ist ein Schritt VOR der Praxis des Upcyclings und wichtig, um die Vernichtung von Neuwaren zu verhindern und Kreislaufwirtschaft weiter zu professionalisieren. Unverkäufliche Neuware, Ladenhüter und Fehlproduktionen gehören damit der Vergangenheit an. Das Angebot gilt ausschließlich für den B2B-Bereich.

Insbesondere Bereich 3 soll 2023 ausgerollt und intensiviert werden.

2023	Quartal 01	Quartal 02	Quartal 03	Quartal 04
LABEL B2C				
Professionalisierung				
Praktika gesell. benachteiligte Menschen				
Sprachcoaching				
UP.CYCLE B2B				
Akquise				
Fertigung				
RE.VIVE B2B				
Testaufträge				
Akquise				
Fertigung				

Abb.7: Zeitplan Bridge&Tunnel.

4.2 Was passieren könnte – oder auch nicht

Wie jedes wirtschaftliche Unternehmen unterliegt Bridge&Tunnel unerwarteten Marktbewegungen und saisonalen Kaufnachfragen. Auf der politischen Ebene birgt das Fördermodell 16i ein Risiko, das einige der Mitarbeiterinnen von Bridge&Tunnel über einen Zeitraum von 5 Jahren mit einer degressiven Förderung beziehen. Aktuell haben 3 der 8 Produktionsmitarbeiter:innen diesen Förderstatus. Das Modell stellt eine Anschubfinanzierung für Bridge&Tunnel dar, es kommt aber immer wieder einmal zu

gesetzlichen Änderungen und Anpassungen. Zu den internen Risiken zählt die fehlende Weiterentwicklung der aktuellen Mitarbeiter:innen auf ihrem Weg zu professionellen Näher:innen.

5. Der Bridge&Tunnel Kosmos

5.1 Unser Team

Das Gründungsteam von Bridge&Tunnel besteht aus der diplomierten Textildesignerin Hanna Charlotte Erhorn und der promovierten Kulturwissenschaftlerin Dr. Constanze Klotz. Constanze Klotz ist als Kulturwissenschaftlerin für alles rund um Kommunikation (Presse und Social Media), Partnerakquise, Marketing und Vertrieb sowie Fundraising und Finanzierung zuständig. Hanna Charlotte Lotte kümmert sich vorrangig um Design und Produktionsorganisation sowie IT-Belange. Gemeinsam betreuen die beiden das Team mit behördlichen Fragen.

Die Anleitung der Näher:innen wird durch Güner Yalcinkaya, Bekleidungstechnikerin, und Kathrin Mantsch, Damenmaßschneiderin, gewährleistet. Zum aktuellen Produktionsteam gehören Mandeep Kaur, Idowu Ogunleye, Alice Oheneewa Svetlana Beuttenmüller, Zeliha Tufeci, Saziye Aksu und Mohammad Gholami. Das Team wird regelmäßig durch wechselnde Praktikant:innen, die entweder aus der Langzeitarbeitslosigkeit kommen oder eine jüngere Fluchtgeschichte aufweisen, unterstützt.



Abb.9: Die Gründerinnen Hanna Charlotte Erhorn und Dr. Constanze Klotz.

5.3 Zusammen ist man weniger allein

PARTNERSCHAFTEN

Bridge&Tunnel freut sich, zwei **Privatinvestoren** an seiner Seite zu wissen. Darüber hinaus verfügt Bridge&Tunnel über ein mittlerweile 7jähriges **Sponsoring** mit dem Hamburger Unternehmen AURUBIS AG zum Thema Kreislaufwirtschaft. Da viele der Bridge&Tunnel Näher:innen aus der Langzeitarbeitslosigkeit kommen, profitiert Bridge&Tunnel außerdem von anteilig geförderten Arbeitsverhältnissen mit dem **Jobcenter**, die allerdings zeitlich befristet sind.

AUSZEICHNUNGEN

2018

25 Frauen Award

HAMMA Award

German Design Award

2017

Green Product Award

2016

Digital Female Leader

Ausgezeichneter Ort im Land der Ideen

2015

Kultur- und Kreativpilot Deutschland

Hidden Movers Award

Social Impact Start

Ein Überblick über die umfangreiche Presseberichterstattung zu Bridge&Tunnel ist online unter www.bridgeandtunnel.de/presse einzusehen.

Teil C – Die Organisation

6. Organisationsprofil

6.1 Allgemeine Angaben

Name	Bridge&Tunnel GmbH
Sitz der Organisation gemäß Satzung	Hamburg
Gründung	01.04.2022 (zuvor vom 01.07.2016-31.3.2022 organisiert als Projekt Bridge&Tunnel unter dem Dach von Passage gGmbH)
Weitere Niederlassungen	keine
Rechtsform	GmbH
Kontaktdaten • Adresse • Telefon • Fax • E-Mail • Website (URL)	Bridge&Tunnel Am Veringhof 13 21107 Hamburg Telefon: 040-31977124 www.bridgeandtunnel.de
Registereintrag • Registergericht • Registernummer • Datum der Eintragung	Amtsgericht Hamburg 173763 USt-IDNr. DE351068757

Anzahl in Köpfen (In Klammern: umgerechnet in Vollzeitstellen)	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Anzahl Mitarbeiter:innen	8	9	9	11	11	11	14
davon hauptberuflich	8	9	9	11	9	9	12

6.2 Governance von Bridge&Tunnel

6.2.1 Leitungsorgan

Die Geschäftsführung von Bridge&Tunnel obliegt den Gründerinnen Dr. Constanze Klotz und Hanna Charlotte Erhorn.

Dr. Constanze Klotz und Hanna Charlotte Erhorn sind vollumfänglich mit allen Aufgaben des operativen Betriebes vertraut, von Konzeption, Designentwicklung, Fertigung über Vermarktung, Kommunikation bis hin zu Fundraising und Finanzierung.

6.2.2 Interessenskonflikte

Keine.

6.2.3 Internes Kontrollsystem

Das interne Kontrollsystem obliegt Dr. Constanze Klotz und Hanna Charlotte Erhorn.

6.3 Umwelt- und Sozialprofil

Bridge&Tunnel setzt sich per se für die Förderung gesellschaftlich benachteiligter Menschen und die gleichwertige Förderung von Frauen und Männern ein.

Um ein Zeichen gegen die an vielen Orten vorherrschenden menschenunwürdigen Produktionsbedingungen der Fashionindustrie zu schaffen, haben wir unsere eigene Produktion vor Ort aufgebaut. Wir zahlen unserem Team tarifliche Löhne, da wir fest daran glauben, dass textile Arbeit einfach mehr gewertschätzt werden sollte. Durch unsere Manufaktur schaffen wir nicht nur kurze Wege, sondern auch Transparenz und eine face-to-face Kommunikation mit unserem Team. Und auch Fehl- oder Überproduktionen können wir so perfekt vermeiden.

Darüber hinaus ist für uns ein sorgsamer Umgang mit vorhandenen Ressourcen entscheidend. Daher fertigt Bridge&Tunnel vorwiegend mit post-consumer waste (abgelegte Jeans) und pre-consumer waste (Materialüberschüsse bei der Produktion), um auf diese Weise z.B. der sehr schädlichen Herstellung von Denim mit einer langlebigen Verwendung des Materials zu begegnen. Wir zeigen, dass vermeintlicher Müll eine unerschöpfliche Ressource sein kann.

7. Finanzen und Rechnungslegung

7.1 Buchführung und Rechnungslegung

Die Buchführung und Rechnungslegung obliegt Bridge&Tunnel. Die Buchführung erfolgt nach der doppelten Buchführung. Die Berichterstattung erfolgt nach den Grundsätzen des Instituts der Wirtschaftsprüfer IDW S7 und ordnungsgemäßer Berichterstattung bei Abschlussprüfungen IDW PS450. Der Jahresabschluss erfolgt nach HGB (Handelsbilanz).

7.2 Vermögensrechnung Bridge&Tunnel

Der Jahresabschluss wird voraussichtlich zum Frühjahr 2023 vorliegen.

7.3 Finanzielle Situation

Bridge&Tunnel plant, bis Ende 2023 auf eigenen finanziellen Beinen zu stehen.