

„Social Entrepreneurship“...eine vorübergehende Bewegung...?

Aus gegebenem Anlass will sich das ifsi mit dieser „Bewegung“ auseinandersetzen:

Anstoß war der ‚Hype‘, die überbordende Aufmerksamkeit seitens Politik und Medien für das sogenannte „Social Entrepreneurship“ - mittels Prädikat „herausragend innovativ“.

Dafür bieten diese Hintergrundrecherchen Antworten/Interpretationen zu folgenden Fragen:

1. Gibt es eine verbindliche/greifbare Definition für „Social Entrepreneurs“ ?
2. Woran macht sich das Prädikat „sozial und herausragend innovativ“ fest ?
3. Welche Interessen haben Politik und Förderer an jungen Social Entrepreneurs?
4. Wie finanzieren sich „Social Entrepreneurs“ ?
5. Wie groß ist die „Bewegung“ - gibt es substantielle Ansätze für Kooperation ?

Eine Möglichkeit Näheres zu diesen Fragen in Erfahrung zu bringen war die Teilnahme an der Veranstaltung „Social Entrepreneurship: Raus aus der Nische“, im Forum Factory, von SEND e.V. Social Entrepreneurship Netzwerk Deutschland. Der Rahmen war eine SEND Mitgliederversammlung und Jahreskonferenz, vom 16./17. Mai d.J. mit zirka 100 Teilnehmer/innen.

Zu 1. Gibt es eine verbindliche/greifbare Definition für „Social Entrepreneurs“:

Die Mitglieder von SEND e.V. konnten sich bisher auf keine Definition einigen, sie bezeichnen sich gern als „**Changemaker**“. Eine in Aussicht gestellte Definition wird demnächst wohl nur lückenhaft/halbherzig zustande kommen – die große Bandbreite der Aktivitäten, die Individualität der Akteure spricht für sich und treibt dagegen.

Aktuell ist folgende Erläuterung zu Social Entrepreneurship unter Wikipedia zu finden:

„Der Begriff Social Entrepreneur wurde zuerst in den 1960er und 1970er Jahren in der englischsprachigen Literatur über sozialen Wandel verwendet. Unter Social Entrepreneurship oder sozialem Unternehmertum bzw. Sozialunternehmertum versteht man eine unternehmerische Tätigkeit, die sich innovativ, pragmatisch und langfristig für die Lösung sozialer Probleme oder allgemeiner: für einen wesentlichen, positiven Wandel einer Gesellschaft (für sog. *metaökonomische Oberziele*) einsetzen will. Ein Unternehmer, der eine solche Tätigkeit leitet, wird Social Entrepreneur genannt.“

Zu 2. Woran macht sich aktuell das Prädikat „sozial und herausragend innovativ“ fest:

Einen Beitrag zur Verbesserung von Lebensbedingungen zu leisten und dabei die eigenen Interessen zurückzustellen wird allgemein als **sozial** anerkannt.

Nach Schumpeter ist es **innovativ** einen willentlichen und gezielten Veränderungsprozess hin zu etwas Erstmalem, Neuem zu vollbringen.

Wenn diese Definitionen als gegeben gelten - korrespondieren diese mit den eigenen Ansprüchen der jungen Social Entrepreneurs?

Während der Jahresversammlung von SEND wurde dazu folgendes hervorgehoben:

Social Entrepreneurs wollen gesellschaftliche Probleme umgehend, möglichst unkompliziert und nachhaltig lösen – indem sie ihre Problemlösungen skalierbar gestalten, diese anderen zur Nachahmung und Verbesserung zur Verfügung stellen – dabei wollen sie auch bereits vorhandene Lösungen aufgreifen und verbessern. Dafür streben sie u.a. Kooperationen mit privaten Förderern, Stiftern und Wohlfahrtsverbänden an. Sie suchen Rückhalt in der Politik – wollen dabei unabhängig bleiben. Sie messen ihre Erfolge an der Wirksamkeit ihrer Angebote, passen diese daraufhin (nach eigenen Angaben) stetig an – erheben die gesellschaftliche Wirkung (Social Impact) zum obersten Prinzip ihres Handelns; dementsprechend sorgen sie für die Skalierbarkeit ihrer Innovationen. Social Entrepreneurs deklarieren die Gewinnerzielung und den persönlichen Nutzen als nachrangig bzw. bewerten den „Social Impact“ durch ihren Einsatz als wesentlichen Anteil ihres Lohns.

Anmerkung I: (Quelle Wikipedia).

„Die Versuche zur Evaluation der Wirksamkeit des Sozialunternehmens in Form der Ermittlung einer Sozialrendite bzw. des Social Impact sind methodisch noch wenig vereinheitlicht.“

Anmerkung II: (Treu)

Die Teilnehmer/innen der SEND Konferenz waren schätzungsweise überwiegend 20 bis 35 jährige + eine Handvoll älterer Professoren, die Anregungen für ihre Studenten suchten.

Die selbst gestellten Ansprüche der teilnehmenden Entrepreneurs zu sozial/innovativ wurden authentisch eingebracht – durchgängig war eine enthusiastische Aufbruchstimmung zu spüren.

Zu 3. Welche Interessen haben Politik und Förderer an Social Entrepreneurs:

Wohlfahrtsverbände geraten immer wieder in die Kritik ihre verstaubten Systeme zu pflegen und dabei die Wirksamkeit Ihrer Angebote aus dem Auge zu verlieren – dementsprechend gelten sie als weniger flexibel/innovativ. Dass die Politik, durch Aufrechterhaltung komplizierter Förderwege und Verwaltungssysteme mittels entsprechender Verwaltungsvorschriften, dies eher begünstigt - dadurch Innovation erschwert - wird gerne verschwiegen. Also wäre die Kritik

in beide Richtungen berechtigt. Und: Systemische Veränderungen brauchen gezielte Veränderungs-Impulse ebenso - substantielle, entsprechend justierte Rahmenbedingungen.

Für die Politik ist es jedoch bequemer auf „ein neues Pferd zu setzen“ und dieses dann sich möglichst selbst zu überlassen: Junge Entrepreneurs kommen aufgeschlossen und neugierig daher – erscheinen flexibel, überwinden schneller Hürden und gehen dabei eher Risiken ein. Insofern sind sie angenehmere und kurzweiligere Gesprächspartner als Vertreter/innen der Wohlfahrtsverbände. Diese Generation ist in den sozialen Medien zuhause - gewinnt dadurch schnell Aufmerksamkeit und Mitstreiter für ihre Ideen. Durch ihre spezifische Sozialisation ist der schnelle Wandel, das zügige Agieren für sie eine Spiel...

Also sind sie auch dafür geeignet etablierten Akteuren unterschwellig Dampf zu machen – bisherige Förderungen in Frage zu stellen.

Das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie hat einen Praxisleitfaden für Soziales Unternehmertum herausgegeben – dieser ähnelt stark dem Leitfaden für Startups aller Branchen ... setzt auf Eigeninitiative der Entrepreneurs.

Auch bei der SEND Podiumsdiskussion "Neue Kooperationen“ war die Senatsverwaltung für Wirtschaft, Energie und Betriebe durch Dr. Anna Hochreuter vertreten, ebenso eine Vertreterin der Europäischen Kommission. Beide waren sehr aufgeräumt, zurückhaltend und geschickt bei der Einordnung von Social Entrepreneurs in den Sozialen Sektor und dabei unverbindlich bezüglich zukünftiger Förderungen.

Große Förderer der aktuell neu entflammten „Bewegung Social Entrepreneurship“ stehen ausdauernd in den Startlöchern um einem bestehenden Netzwerk der Social Entrepreneurs Schub und Auftrieb zu geben – dafür motivierten Nachwuchs zu generieren. Zum Beispiel Unternehmen wie SAP und McKinsey. Sie hatten längst das große Potential der Wohlfahrtsverbände erkannt. Allerdings ist es aus vorgenannten Gründen schwieriger in diesen etablierten Systemen Einfluss zu gewinnen. Social Entrepreneurs – insbesondere Startups und junge Unternehmen – können sie einfacherer auf kurzen Wegen erreichen und durch Förderung an sich binden. Sie verstehen sich selbst „als Unternehmer mit sozialer Verantwortung“ - in gewisser Weise ebenso als „Social Entrepreneurs“.

SAP hat den „Social Entrepreneurship Monitor 2018“ – passend zur Jahreskonferenz von SEND – gesponsert. Dieser Monitor entstand mittels Unterstützung von 50 Unternehmen, die sich als Social Entrepreneurs bezeichnen. Hasso Plattner ist ein Deutscher Unternehmer und Mäzen (Milliardär). Er war 1972 Mitbegründer des Softwareunternehmen SAP. Heute ist er der Aufsichtsratsvorsitzende von SAP und Förderer des Hasso-Plattner Instituts in Potsdam –

bekannt für den methodischen Ansatz „Design-Thinking“ mit dem kreative Lösungen und Innovationen zielorientiert entwickelt werden können.

McKinsey & Company bezeichnet sich selbst als die in Deutschland und weltweit führende Unternehmensberatung für das Topmanagement. (Hauptsitz New York). McKinsey berät nach eigenen Angaben über zwei Drittel der 1.000 größten amerikanischen und die Mehrzahl der im DAX vertretenen deutschen Unternehmen. Zu den Klienten gehören auch öffentliche Institutionen sowie Regierungsstellen. Das Unternehmen hatte 2018 rund 28.000 Angestellte. Die Berater von McKinsey rekrutieren sich aus Hochschulabgängern aller Fächer, insbesondere der Wirtschafts-, Ingenieurs- und Naturwissenschaften und bleiben durchschnittlich vier Jahre im Unternehmen – danach bleiben sie im weltweiten Alumni-Netzwerk verbunden und agieren an vielen Stellen weiterhin gemeinsam/abgestimmt. Einer dieser „Alumni“ hatte bereits 1980 **Ashoka** gegründet. Ashoka ist eine amerikanische **Non Profit Organisation**. Diese Organisation sucht und fördert in 70 Ländern Sozialunternehmer (*Ashoka Fellows*). Die Stipendiaten erhalten finanzielle Unterstützung, Beratung und Anschluss an Netzwerke im „sozialen Sektor“ sowie in Wirtschaft und Wissenschaft, damit sie ihre Projekte verbreiten können. **Ashoka und McKinsey** sind eng miteinander verbunden. Gemeinsam haben sie im März 2019 für Deutschland die Broschüre **„Wenn aus klein systemisch wird – das Milliardenpotential sozialer Innovation“** herausgegeben. In dieser Broschüre werden z.B. Zusammenhänge mangelhafter oder fehlender Präventionsmaßnahmen im Gesundheits- und Bildungssystem skizziert – die mit Milliarden Folgekosten beziffert werden. Ashoka/McKinsey bucht Social Entrepreneurs in Deutschland das Potential für nachhaltige systemische Veränderungen zu – will die Managementfähigkeiten der Entrepreneurs stärken und die Lobby-Arbeit dieser unterstützen. Vertreter von Ashoka/McKinsey waren auf der SEND Konferenz vertreten und haben die Teilnehmer/innen in die Veranstaltung eingeführt.

Zu 4. Wie finanzieren sich „Social Entrepreneurs“:

Es gibt gleiche Förderungen für Startups jeder Couleur, ohne Unterscheidung nach Social oder „non“ Social Entrepreneurs. Gründer aus der Arbeitslosigkeit bekommen bei „unternehmerischer“ Eignung „Einstiegsgeld“ oder einen „Gründungszuschuss“.

(Erfahrung Treu: Nach intensivem Einblick in die Gründerszene „Gründen aus der Arbeitslosigkeit“ wird der anhaltend erfolgreiche Anteil der Gründungen als Gering eingeschätzt).

Vielfältige Angebote „Gründercoaching“ erleichtern Startups den Einstieg ins Unternehmertum. Diverse Gründercoachings werden auch von privaten Förderern und Stiftungen gesponsert – zunehmend für Social Entrepreneurs.

Die GLS Bank vermittelt Micro-Kredite. Auch die IBB bietet seit Oktober 2018 in zwei Varianten Microkredite für Social Startups - max. 25.000 € - Laufzeit 6 Jahre. Ein Variante verlangt den Test über Crowd-Funding = online „Schwarmfinanzierung“ von Unterstützern der Geschäftsidee (Stille Beteiligungen) – gleichzeitig kostenloses Marketing-Instrument. Crowd-Funding wird als hervorragendes Marketinginstrument und zur Anschubfinanzierung intensiv von „Social Entrepreneurs“ genutzt.

Bundesweit werden in sogenannten Social Impact LABs Qualifizierungsprogramme für Social Entrepreneurs durchgeführt:

Beratung, Workshops, Coaching, Coworking, Networking, Events etc. - gefördert im Rahmen des Projekts "**Gründungsunterstützung für Sozialunternehmen II**" durch das **Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend**. In diesem Rahmen wurde auch das folgende Programm aufgelegt:

Innovationsprozesse in der Wohlfahrt mit den Schwerpunkten:

- *Aufbau einer innovationsfördernden Kultur innerhalb der Träger der Wohlfahrt*
- *Begleitung von konkreten Innovationsprojekten*
- *Sensibilisierung und Weiterbildung von Mitarbeiter*innen im Themenfeld Soziale Innovationen*

„Dabei fördern wir gezielt den Austausch zwischen sozialen Startups und Trägern der Freien Wohlfahrtspflege.

*Unser Ziel: Langfristige Kooperationsbeziehungen zwischen Vertreter*innen der Wohlfahrt und sozialen Startups.“*

Alle Parteien betonen, dass sich die Rahmenbedingen für Social Entrepreneurs verbessern müssen, dafür mehr Startkapital zur Verfügung gestellt werden muss. SEND e.V. will durch gezielte Lobby-Arbeit erreicht haben, dass dies auch im aktuellen Koalitionsvertrag verankert ist – noch fehlt dafür die Konkretisierung.

Social Entrepreneurs mit zügig skalierbaren Innovationen, auf der Suche nach Wachstumskapital, dienen sich Beratungsfirmen und Social Venture Capital Fondsmanager an. Hier geht es schlicht um die Bereitstellung von Risikokapital durch Investoren die als einen Teil ihrer Rendite den „Social Impact“ akzeptieren und mit zirka 5% Rendite - nach Ablauf von 10 Jahren - zufrieden sind. (Risiko-Kapital pro Entrepreneur € 200 tsd. bis 2 Mio.).

Die Entrepreneurs gehen in der Regel dabei selber keine finanziellen Risiken ein – müssen jedoch von vornherein akzeptieren, dass sie - auch bei andauerndem Erfolg - nach spätestens 10 Jahren wieder raus sind aus dem Geschäft... die Rendite wird aus dem Veräußerungskapital bedient.

Auch Stiftungen stellen für überzeugende soziale Innovationen Mittel zur Verfügung.

Einen besonderen Ansatz bietet die Purpose-Stiftung. Sie fördert Eigentumsformen, die für eine soziale und ökologische Wirtschaft stehen. „Gemeinsam mit Wissenschaft, Praxis und Politik arbeitet die Stiftung daran **Verantwortungseigentum** zu einer offiziellen Rechtsform zu machen.“ Die Stiftung beruft sich auf Pioniere wie den Carl Zeiss Erben Ernst Abbe, der die Carl Zeiss Stiftung gegründet hat – diese ist Alleingesellschafterin der Carl Zeiss AG und der Schott AG. „Die Carl-Zeiss-Stiftung stellt sicher, dass das Unternehmen nicht verkauft werden kann und dass der Unternehmensgewinn entweder reinvestiert wird oder dem Gemeinwohl zu Gute kommt“.

Die Purpose-Stiftung hat ein Übergangsmodell für Social Entrepreneurs aufgelegt: Durch eine kleine Beteiligung an den Unternehmen stellt die Stiftung sicher, dass diese nicht veräußert werden können. Auch die Mitarbeiter/innen können sich an diesen Unternehmen beteiligen. Innovative Führungsmodelle werden erprobt. Ein Erfolgsbeispiel ist die Firma „Soulbottles“.

Zu 5. Wie groß ist die „Bewegung“ - gibt es substantielle Ansätze für Kooperation:

Sozial Entrepreneurs gibt es seit langem. Erst kürzlich haben sie sich zusammengeschlossen und daraus eine Bewegung gemacht. Sie nutzen dafür gekonnt die sozialen Medien und üben sich in Lobby-Arbeit. Dabei werden sie von großen Playern gepusht.

Angeblich machen Social Startups inzwischen 38 Prozent der Deutschen Gründerlandschaft aus. Ashoka/McKinsey schätzen das finanzielle Potenzial von Deutschen Sozialunternehmen auf 18 Milliarden Euro pro Jahr – dies seien mögliche volkswirtschaftliche Einsparungen durch innovative Lösungen.

Nach eigenen Angaben hat SEND e.V. 350 Mitglieder und bezeichnet diese als innovative Sozialunternehmer, aufstrebende Social Start Ups, engagierte Sozialunternehmer*innen, sowie Förderpartner aus Wirtschaft und Gesellschaft. SEND e.V. versteht sich als Interessenvertreterin von Social Entrepreneurs und als Brückenbauerin zu Akteuren aus der Wohlfahrt, Politik und Wirtschaft - will dadurch die Rahmenbedingungen für Social Entrepreneurs verbessern, soziale Innovation fördern.

Fazit

Die „Bewegung“ und deren „Treiber“ sind beachtlich und eher auf Dauer ausgerichtet. Sie rütteln beharrlich, teils erfolgreich an bestehenden Sozialsystemen. Unabhängig von Größe einzelner Gründungen und tatsächlicher Wirksamkeit ihrer Angebote, haben sie sich in kürzester Zeit Gehör verschafft. Abzuwarten bleibt, ob diese Bewegung tatsächlich nachhaltig wirken kann, dabei markante Lücken sozialer Arbeit füllt und dadurch attraktiv wird für dauerhafte Kooperation — verifiziert durch unabhängige Evaluation.