

Social Entrepreneurship:

WAS MACHEN SOZIALUNTERNEHMER*INNEN
ANDERS?



INHALT



- 1) Warum Sozialunternehmertum?
- 2) Geschichte des Sozialunternehmertums
- 3) Definition, Merkmale und Herausforderungen von Social Entrepreneurs
- 4) Beispielunternehmen für einen gesellschaftlichen Wandel
- 5) Unterstützung von Sozialunternehmer*innen durch Social Impact



“

Das Potential von
Sozialunternehmen ist gewaltig.

”

MATTHIAS DAUB, MCKINSEY-PARTNER IN „WENN AUS KLEIN SYSTEMISCH WIRD“, ASHOKA
UND MCKINSEY 2019

1. Warum Sozialunternehmertum?



Klimawandel, Chancenungleichheit, Fragen der Migration und Integration, demografischer Wandel, Lebensmittelverschwendung, Armut, Umwelt- und Plastikverschmutzung..



Sozialunternehmen können zur Lösung gesellschaftlicher Herausforderungen beitragen: „Würden die Lösungen der (...) Sozialunternehmer in Deutschland systematisch genutzt und besser in bestehende Systeme integriert, ergäbe sich ein wirtschaftlicher Nutzen mit Milliardenpotenzial.“ (Ashoka/McKinsey 2019)



Grafik: „Das Milliardenpotenzial sozialer Innovationen“, Ashoka/McKinsey 2019



„Social Entrepreneurship spielt bei der Lösung aktueller gesellschaftlicher und sozialer Herausforderungen eine zunehmend wichtige Rolle. Social Entrepreneurship wollen wir noch stärker als bisher fördern und unterstützen.“

Koalitionsvertrag der Bundesregierung 2018



2. Geschichte des Social Entrepreneurship

- Neuer Begriff, aber kein neues Phänomen, z.B. Adolph Kolping (1813-1865) und Friedrich Wilhelm Raiffeisen (1818-1888)
- 1970er Jahre: Aufbau der Grameen Bank in Bangladesch durch Muhammad Yunus
- 1980: Bill Dreyton prägt den Begriff „Social Entrepreneur“ v.a. im englischsprachigen Raum und gründet Ashoka
- 1998: Gründung der Schwab Foundation durch Weltwirtschaftsforum: Idee des Social Entrepreneurship wird auch in Deutschland populärer
- 1990er Jahre: Wissenschaftliches Interesse für Sozialunternehmertum setzt ein (Lehrstühle für SocEnt an Universitäten)



2. Geschichte des Social Entrepreneurship

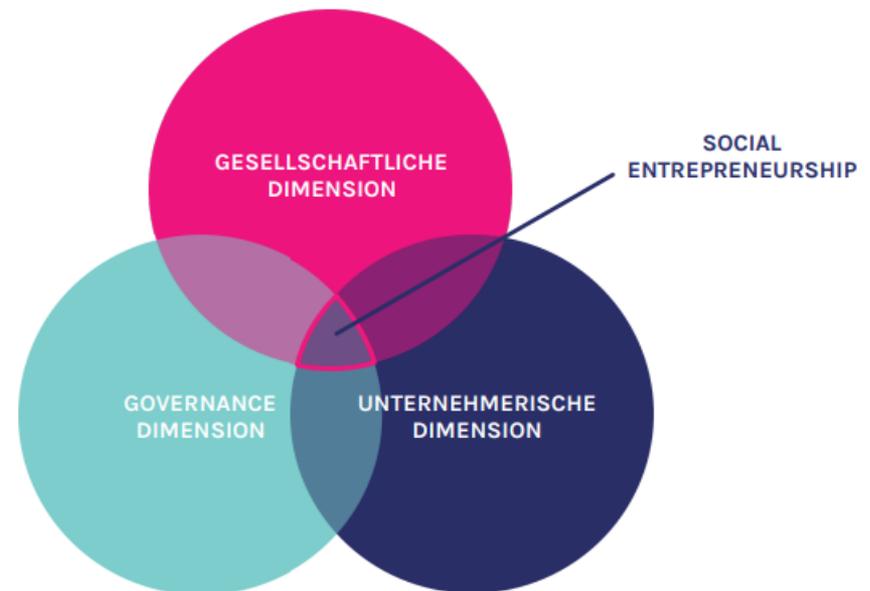
- 2003: Ashoka fördert auch in Deutschland gezielt Sozialunternehmen
- 2006: Friedensnobelpreis für Muhammad Yunus
- 2011: der erste Inkubator für Sozialunternehmertum geht mit dem Social Impact Lab Berlin gemeinsam mit SAP an den Start
- 2017: Raus aus der Nische – 108.000 junge Sozialunternehmen in Deutschland (Dr. Georg Metzger, KfW 2019)
- 2017: Gründung des Social Entrepreneurship Netzwerk Deutschland (SEND e.V.)



3. Definition, Merkmale und Herausforderungen von Social Entrepreneurship

➡ Unternehmen, die ein explizit gemeinwohlorientiertes Ziel verfolgen.

Im Vordergrund steht die Lösung gesellschaftlicher Probleme (die der Staat und etablierte Organisationen des Sozialsektors nicht bewältigen) statt ökonomische Gewinnmaximierung.



Grafik: SEND e.V., September 2019

Begriffsdefinition Social Entrepreneurship



- Gabler Wirtschaftslexikon:

„Unternehmerisches Denken und Handeln zum Wohle der Gesellschaft und zur Lösung oder Verbesserung gesellschaftlicher Missstände.“

- Europäische Kommission (2011):

„Unternehmen, für die das soziale oder gesellschaftliche gemeinnützige Ziel Sinn und Zweck ihrer Geschäftstätigkeit darstellt, was sich oft in einem hohen Maße an sozialer Innovation äußert, deren Gewinne größtenteils wieder investiert werden, um dieses soziale Ziel zu erreichen und deren Organisationsstruktur oder Eigentumsverhältnisse dieses Ziel widerspiegeln, da sie auf Prinzipien der Mitbestimmung oder Mitarbeiterbeteiligung basieren oder auf soziale Gerechtigkeit ausgerichtet sind.“

- SEND e.V.:

„Als Social Entrepreneurship bezeichnet man die Entwicklung von Lösungen für gesellschaftliche Herausforderungen auf unternehmerische Art und Weise. Primärer Zweck ist die positive soziale und ökologische Wirkung sowie die ökonomische Nachhaltigkeit.“

- Praxisleitfaden Soziales Unternehmertum (2018):

„Im Unterschied zum klassischen Unternehmen, dessen Ziel darauf gerichtet ist, durch den Verkauf von Produkten und Dienstleistungen am Markt das Vermögen der Eigentümer zu mehren, verfolgen Sozialunternehmer*innen das Ziel, mit ihren Produkten und Dienstleistungen einen Beitrag zum gesellschaftlichen Fortschritt zu leisten. Ihre Leistungserstellung orientiert sich nicht nur am Markt, sondern vor allem an der Bedürftigkeit der Gesellschaft.“

Exkurs: Sozialunternehmerisches Geschäftsmodell



Zentrale Eckpunkte des Geschäftsmodells:

WAS?

- Produkt oder Dienstleistung
- Angebot am Markt: Was wird angeboten?

WER?

- Zielgruppe
- Kunden: Wer nutzt und bezahlt das Angebot?

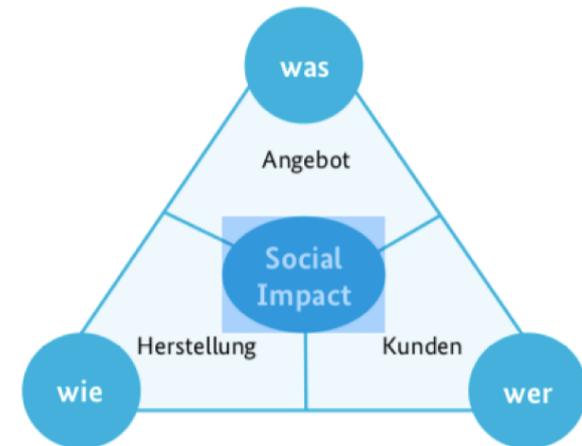
WIE?

- Wertschöpfungskette
- Wie wird die Leistung hergestellt?

Im Mittelpunkt: Mehrwert, den das Unternehmen für seine Kunden schafft. Ohne Mehrwert wäre das Geschäftsmodell nicht erfolgreich.

Sozialunternehmerisches Geschäftsmodell: In einem oder mehreren Elementen des Dreiecks wird ein gesellschaftlicher Mehrwert (=Social Impact) geschaffen.

Dimensionen der SE-Geschäftsmodelle



Quelle: Hoos und Jahnke 2015

Was macht ein Sozialunternehmen aus?



- Hauptmerkmale: klare Orientierung am Gemeinwohl, gesellschaftliche Innovation, hybride Finanzierungsstrukturen
- Bereiche: Klimawandel, Nachhaltigkeit, Umwelt, Ressourcenverschwendung, demographischer Wandel, Gesundheit, Chancengerechtigkeit, Circular Economy, Menschenrechte, Armutsbekämpfung, Integration, Bildung
- Großer Anteil an Ehrenamtlichen

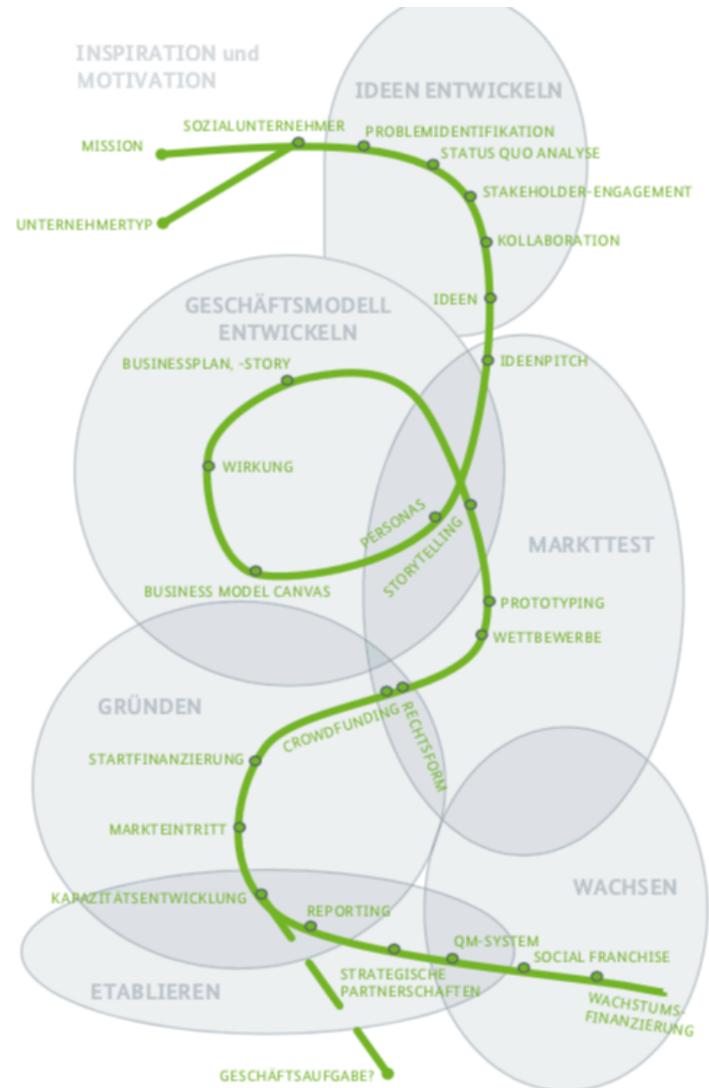
Social Entrepreneurs:

- Demographische Eckdaten: Durchschnittlich 37 Jahre, fast 80% mit Hochschulabschluss, Geschlechterverteilung fast 50%/50% (wesentlich höherer Anteil an Gründungen von Frauen als in klassischen Startups)
- Unangepasst, Querdenker, engagiert (Studie der Zeppelin Universität Friedrichshafen: „Innovatives soziales Handeln“)



Gründungsprozess von Sozialunternehmen:

1. Inspiration oder Motivation
2. Ideenentwicklung
3. Geschäftsmodellentwicklung
4. Markttest
5. Gründung
6. Etablierung
7. Wachstum und Skalierung



BMW I 2018: Praxisleitfaden Soziales Unternehmertum



Herausforderungen:

“ *Social Entrepreneurship stellt eine der geeignetsten Herangehensweisen dar (vgl. GlobeScan & SustainAbility Survey 2017), um die SDGs zu erreichen. Während technologische Innovationen im ökonomischen Kontext von Seiten der Politik auf breiter Basis gefördert werden, sind diese Instrumente für soziale Gründungen und Innovationen meist nicht zugänglich. Wenn wir die mit dem technologischen und gesellschaftlichen Wandel einhergehenden Herausforderungen lösen und gleichzeitig die Potenziale des technologischen Fortschritts für gesellschaftliche Mehrwerte nutzen wollen, brauchen soziale Gründungen und Innovationen verlässliche Finanzierungsprogramme.* ”

SOCIAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR 2019



Herausforderungen:

- 1) In Deutschland gibt es keine explizite Rechtsform für Sozialunternehmen (viele Hybridorganisationen).
- 2) Zu geringe Unterstützungsleistungen (kein praxisnahes Unterstützungsangebot für studentische Sozialunternehmer*innen)
- 3) Schwierigkeiten bei der Akquirierung von finanziellem Kapital.



Diverse Formen der Finanzierung:

- Soziale Investoren (z.B. Social Venture Fund, BonVenture) / Social Business Angels
- Spendengelder (Fundraising, privat, Spendenplattformen)
- Projektgelder (Stiftungen, Fördergelder)
- Crowdfunding (z.B. startnext)
- Corporate Social Responsibility (Unterstützung durch Unternehmen)
- Staatliche Gelder (z.B. KfW- Finanzierung)



Exkurs: Wirkungsmessung (Social Reporting Standard)..

1. Zielsetzung
2. IOOI-Wirkungskette
 - Input (z.B. Budget, Mitarbeiter*innen)
 - Output (z.B. Flyer, Workshop)
 - Outcome (1000 erreichte Menschen, TN)
 - Impact (Sensibilisierung, Verhaltensänderung)
3. Überprüfen der Wirkungsstrategie



Grafik: PHINEO, online: <https://www.phineo.org/themen/soziale-wirkung>

.. und Social Return on Investment (SROI)

- Berechnet den Mehrwert für die Gesellschaft anhand der aufgewandten Investitionen.
- Ziel: Abbildung des monetären gesellschaftlichen Mehrwerts (“Impact“), der durch eine bestimmte Aktion („Förderung“) erreicht wurde (durch Bildung von Kennziffern): Erfolg sozialer Projekte ist leichter messbar

4. Beispiele für Sozialunternehmen in Deutschland



ORIGINAL UNVERPACKT

Original Unverpackt hat sich als erster Supermarkt weltweit dem Zero-Waste-Lifestyle gewidmet. Im Berliner Laden (seit 2014) und dem Online-Shop werden nachhaltige Produkte angeboten.



ÜBER DEN TELLERRAND KOCHEN

Über den Tellerrand schaffen Räume, in denen sich Menschen verschiedener Kulturen begegnen und voneinander lernen. Dadurch wird eine offene und tolerante Gesellschaft gefördert.



SOULBOTTLES

Soulbottles machen faire, klimaneutrale, schadstoff- und plastikfreie Trinkflaschen aus Glas. Damit lässt sich jede Menge Müll und Plastik vermeiden.



QUERFELD

Querfeld ist die Alternative zum klassischen Großhandel und liefert natürliche Vielfalt: Obst & Gemüse, das bei der Ernte aussortiert wird, da es nicht den optischen Vorstellungen des Handels entspricht.



DISCOVERING HANDS

discovering hands nutzt den überlegenen Tastsinn sehbehinderter Frauen und bildet diese zu professionellen Medizinisch-Taktilen Untersucherinnen (MTU) im Rahmen der Brustkrebsfrüherkennung aus.



AUTICON

auticon ist eine internationale IT-Beratung und das erste Unternehmen in Deutschland, das ausschließlich Menschen im Autismus-Spektrum als IT-Consultants beschäftigt, die somit ein selbstbestimmtes und unabhängiges Leben führen können.





COCO MALOU

Feminine Dessous aus umweltfreundlichen und veganen Materialien. Für faire Arbeitsbedingungen, kurze Arbeitswege und nachhaltige Stoffe.



KREUZBERGER HIMMEL

Der Be an Angel e.V. unterstützt geflüchtete Menschen beim Ankommen und bei der Integration in unsere Gesellschaft, z.B. im Restaurant Kreuzberger Himmel.



CODEDOOR

Geflüchtete Menschen lernen mit Hilfe gespendeter Laptops das Programmieren und werden mit Unternehmen vernetzt.



QUARTIERMEISTER

Soziales Bier: Die Erlöse fließen komplett in soziale Projekte in der Nachbarschaft. Die Konsument*innen können mitbestimmen, wohin das Geld geht.

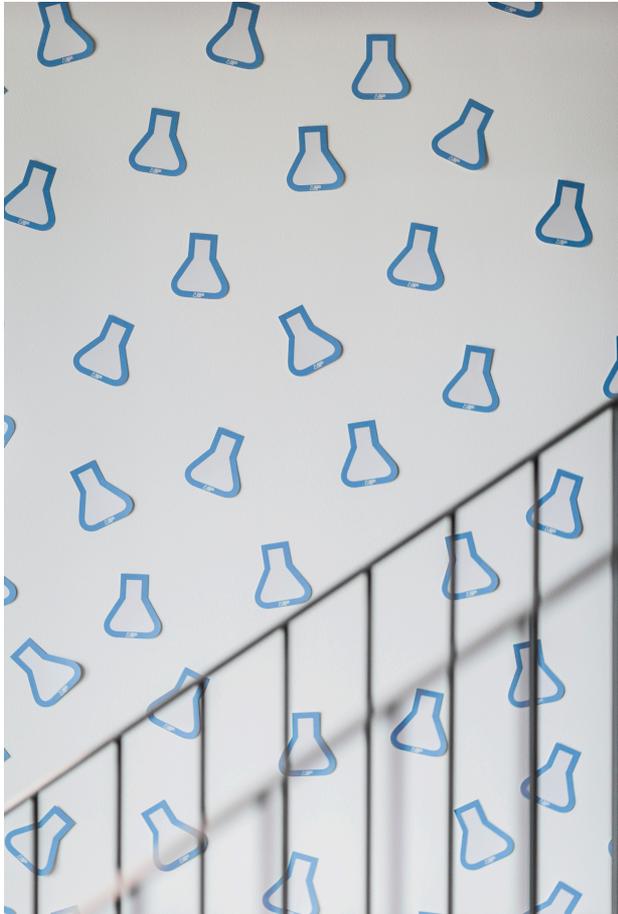


SOMSKAT

Slow Fashion Label für Ressourcenschonung, nachhaltige Materialien und Konsumbewusstsein. Aktuell im Crowdfunding.



5. Unterstützung von Sozialunternehmer*innen durch Social Impact



Social Impact gGmbH:

- Agentur für soziale Innovationen
- 1994 unter dem Namen iq consult gegründet
- Entwicklung von Produkten und Dienstleistungen, die zur Sicherung der Zukunftsfähigkeit und zum sozialen Ausgleich beitragen
- Experte für Gründungsberatung
- 6 Fokusthemen: Innovationen in der Wohlfahrt, - der Bildung und – im ländlichen Raum, Internationale Kooperationen, Social und Inclusive Entrepreneurship



Social Impact Labs

Seit 2011 werden Social Impact Labs aufgebaut. Derzeit gibt es Labs in

- Berlin (derzeit pausiert)
- Bonn
- Bremen
- Frankfurt
- Hamburg
- Leipzig
- München
- Potsdam
- Stuttgart



Unser Stipendienprogramm



BEWERBUNG:

- 1) Online-Bewerbung
- 2) Gründerwerkstatt
- 3) Öffentlicher Pitch

AUSWAHLKRITERIEN:

- Gesellschaftliche Wirkung
- Innovation
- Wirtschaftliche Nachhaltigkeit
- Unternehmerpersönlichkeit

INHALT DES PROGRAMMS:

- Laufzeit: acht Monate
- Professionelle Beratung
- Gruppen- und Einzelworkshops
- Gruppen- und Einzelcoaching
- Coworking Arbeitsplatz
- Zugang zu unserem großen Netzwerk
- Ansprache und Matching mit potentiellen Finanzierungspartnern

Global Goals Lab



Programm zur Qualifizierung
und Vernetzung sozialer
Initiativen zur Erreichung der 17
SDGs der UN.

Dieses Jahr stehen die Ziele 12
und 13 im Vordergrund:

*Für mehr Klimaschutz und
verantwortungsvollen Konsum!*



Programmbausteine:

- Zukunftscamp
- Challenge
- Wirkungsfonds
- Mentoring

**Die Bewerbung ist noch bis
15. November möglich!**





Mehr erfahren:

- Praxisleitfaden Soziales Unternehmertum:
<http://www.existenzgruender.de/SharedDocs/Downloads/DE/Broschueren-Flyer/Praxisleitfaden-Soziales-Unternehmertum.pdf>
- Ashoka: weltweite Organisation zur Förderung von Social Entrepreneurs; Studie „Wenn aus klein systemisch wird“ (2019) zum Download unter: <https://www.ashoka.org/de-DE/story/studie-von-ashoka-und-mckinsey-zeigt-milliardenpotenzial-von-sozialen-innovationen>
- SEND e.V.: Netzwerk für Social Entrepreneurship und Social Startups in Deutschland; vernetzt den Sektor und gibt ihm eine Stimme; 2018: 1. Deutscher Social Entrepreneurship Monitor
- SEA: Social Entrepreneurship Akademie, Netzwerkorganisation der vier Münchner Hochschulen zu Förderung, Netzwerk, Forschung & gesellschaftlicher Verankerung von SocEnt: <https://seakademie.org>
- Betterplace.org: Größte Spendenplattform Deutschlands



Mehr erfahren:

- Crowdfunding Plattform startnext: <https://www.startnext.com/>; Social Impact Partnerseite: <https://www.startnext.com/pages/socialimpactfinance/>
- Facebook-Gruppe für SocEnt: www.facebook.com/groups/sozialunternehmer/
- Social Business Model Canvas: <http://www.socialbusinessmodelcanvas.com>
- Phineo: Analyse, Beratung und Informationen zur sozialen Wirkung; Kursbuch Wirkungsmessung unter <https://www.phineo.org/fuer-organisationen/kursbuch-wirkung/>
- Leitfaden zum Social Reporting Standard (SRS): <https://www.phineo.org/themen/social-reporting-standard-srs>
- Tbd*: (Job)Plattform für Arbeit mit Sinn, Veranstaltungen, Infos und Jobs im Bereich SocEnt
- Enorm Magazin: Das Print- und Online-Magazin für die Social Entrepreneurship Szene
- Good Impact: Plattform für gutes Leben und gesellschaftlichen Wandel
- Social Startup Magazin/Blog: <https://www.social-startups.de/>



VIELEN DANK!

Weitere Informationen:

- Per Mail: nadwornicek@socialimpact.eu
- Social Impact gGmbH: socialimpact.eu
- Newsletter „Social Entrepreneurship News, Jobs und Events“: socialimpact.eu/news
- Veranstaltungen: socialimpact.eu/veranstaltungen
- Global Goals Lab: globalgoalslab.eu