

Dieses Manuskript ist urheberrechtlich geschützt und darf vom Empfänger ausschließlich zu rein privaten Zwecken genutzt werden. Jede Vervielfältigung, Verbreitung oder sonstige Nutzung, die über den in den §§ 45 bis 63 Urheberrechtsgesetz geregelten Umfang hinausgeht, ist unzulässig. ©

## **Deutschlandradio Kultur, Zeitfragen**

9. September 2013, 19:30 Uhr

**Effektiv und Effizient:**

**Sozialunternehmer in Deutschland**

Ein Feature von Gabi Wuttke

**(Kongress-Atmosphäre / Rede)**

**Autorin:**

Günter Faltn, Volkswirtschaftler und Unternehmer. Die Zuhörer aus ganz Deutschland, die für dieses Wochenende auf dem Berliner Universitätscampus bezahlt haben, hängen an seinen Lippen. Das Credo des Professors: Nicht das Kapital, sondern Kreativität ist für den Erfolg eines Unternehmers entscheidend:

**(Faltn):**

„Dass man es wagt, ein Stück neu zu denken. Dass man nicht einfach die Konvention übernimmt, dass man nicht glaubt, dass es so, wie es jetzt schon vorfindbar ist, ist es auch die beste aller Welten.“

**„Effektiv und Effizient: Sozialunternehmer in Deutschland. Eine Sendung von Gabi Wuttke“**

**(Faltin):**

Sondern dass man nachdenkt, dass man ein Stück weit verrückt ist, in dem Sinn, dass man Dinge anders sieht, von anderen Sichtachsen aus betrachtet, also sich nicht damit zufrieden gibt. Am ehesten also vergleichbar mit dem Künstler.“

**Autorin:**

Für seine Zuhörer im rappenden Audimax kommt diese Botschaft einer Heilslehre gleich. Die „Kollaps-Gesellschaft“ der Finanz- und Bankenkrise sucht bei Faltins Kongress nach Möglichkeiten zur Schubumkehr - wenn schon sonst niemand der grenzenlosen Geldgier und dem rücksichtslosen Wachstumsstreben machtvoll einen Riegel vorschiebt. „Wertschöpfung durch Wertschätzung“ ist ihre Devise, um die Welt für jeden ein bisschen besser zu machen: Durch den verantwortungsbewussten Umgang mit den Ressourcen der Erde und Menschen:

**Teilnehmer:**

„Es geht darum zu verändern, sich selbst zu verändern, sich selbst weiter zu entwickeln und etwas in die Welt hineinzutragen, was den Unterschied macht.

**Teilnehmerin:**

„Ich hatte das Buch gelesen von Professor Faltin. Diesen Mut, den er vermittelt, selbst aktiv zu werden: Das hat sehr viel ausgelöst in meinem Kopf. Ich arbeite in einem Profit-Unternehmen seit 15 Jahren und die Systeme finde ich überall wieder. Also es ist ein System, was ich in unserer Gesellschaft, in der Art wie wir Business betreiben, wie wir konsumieren, überall wiederfinde und mich erschreckt. Und da möchte ich nicht auf andere Menschen warten, sondern selber etwas tun.“

**Autorin:**

Günter Faltin hat selbst etwas getan. Er gründete im Westteil Berlins 1985 die „Teekampagne“. „Fair Trade“ war damals noch ein Fremdwort. Aus dem

studentischen Projekt für fairen und nachhaltigen Handel ist mit einem Jahresumsatz von mehr als 8 Millionen Euro der weltgrößte Importeur von Darjeeling-Tee geworden. Zur Förderung ebenso pfiffiger wie lukrativer Geschäftsmodelle leistet sich Faltn heute eine Stiftung.

Auch Frank Hoffmann hat selbst etwas getan. Aber der Gynäkologe will mit seiner nachhaltigen Idee keine profitable Marktnische erobern und dadurch zwei Fliegen mit einer Klappe schlagen. Er versteht sich als Sozialunternehmer. Und als solchen interessiert ihn Geld zuallererst als Mittel zum Zweck. Sein Ziel ist es, ein soziales Problem breitenwirksam zu lösen. Dazu entwickelte er ein Ausbildungsprogramm für blinde Frauen.

### **(Hoffmann)**

Es sind ja manchmal die einfachen Gedanken, die die größte Tragweite entwickeln. Wenn die Tastuntersuchung die Basis der Brustkrebsfrüherkennung ist, dachte ich mir, würden ja Blinde mit ihrem besonders gut trainierten Tastsinn besonders qualifiziert sein, eine solche Untersuchung durchzuführen.

### **Autorin:**

Frank Hoffmann hat inzwischen 15 Praxen und Kliniken in fünf Bundesländern, 6 Krankenkassen und zwei Landesministerinnen vom Einsatz medizinischer Tastuntersucherinnen wie Marie-Luise Voll überzeugt. Ihre Leistung wird mit bis zu 50 Euro vergütet:

### **(Voll)**

„So, Frau Frankental, schön, dass Sie da sind. Und die Arme einmal auf die Schultern, bitte. Wir sind durch visuelle Einflüsse nicht abgelenkt, wir haben mehr Zeit als die Ärzte. Also wir haben Maximum eine Stunde Zeit, das macht schon einen sehr großen Unterschied. Diese Klebestreifen hat Doktor Hoffmann erfunden. Und diese Klebestreifen sind mit Punkten gekennzeichnet zur

Orientierungshilfe für uns, so dass wir wirklich punktgenau immer von Zeile zu Zeile die Brust abtasten.“

**(Hoffmann)**

„Wenn es durch „Discovering-Hands“ gelingen kann, auf der einen Seite die Früherkennung für Frauen, was Brustkrebs angeht, besser zu machen, auf der anderen Seite blinden Menschen ein neues Tätigkeitsfeld zu geben und zum Dritten, nach außen hin zu transportieren, dass eben Behinderung nicht immer Behinderung, sondern manchmal auch Begabung ist, dann haben wir eigentlich ein großes Ziel erreicht und dafür lohnt es sich auch zu kämpfen.“

**Autorin:**

„Discovering Hands“ – „Entdeckende Hände“. Ein innovatives soziales Projekt um Inklusion zu fördern: Die Zusammenarbeit von Sehenden und Nicht-Sehenden. Auf einem Feld, das in Deutschland traditionell vor allem die freien Wohlfahrtsverbände bestellen. Sie werden maßgeblich von der öffentlichen Hand finanziert. Frank Hoffmanns Projekt nicht. „Discovering Hands“ muss sich irgendwann als Unternehmen selbst wirtschaftlich tragen. Wobei Erfolg sich eben nicht an der klassischen Gewinnmaximierung, sondern am gesellschaftlichen Mehrwert orientiert.

Was genau sind also Sozialunternehmer? Was will ihre Lobby? Wie positioniert sich die Politik? Steht in Deutschland ein Systemwechsel bevor?

Susan Müller arbeitet in dem vom Bundesbildungsministerium geförderten Projekt „Soziale Innovation in Deutschland“. Sie forscht in der Berufseinsteiger-Generation und hat festgestellt, dass die Einstellung zur Arbeit sich verändert und immer mehr Studenten sagen:

**(Müller)**

„Ich muss erst gar nicht auf irgendeine Weise Geld verdienen, damit ich irgendwann mal das machen darf, was ich eigentlich wirklich machen will.“

Sondern die gemerkt haben: Soziales Unternehmertum ist eigentlich die Chance für mich, gleich von Anfang an in meinem Berufsleben was ganz Sinnvolles zu tun.“

### **Autorin:**

So gesehen ist Frank Hoffmann, der niedergelassene Arzt, mit inzwischen 54 Jahren ein Spätzünder. Wie die meisten, die sich einen guten Teil ihres Weges allein im Dschungel der Institutionen behauptet haben – und denen deshalb neue Türen geöffnet werden: von Ashoka. 1980 wurde die weltweit erste Organisation zur Förderung von Social Entrepreneurs in den USA gegründet. Das Logo ist der „Baum ohne Sorgen“. Dessen Name „Ashoka“ geht auf den indischen Groß-Okkupator zurück, der das Elend, das er selbst angerichtet hatte, eines Tages nicht mehr ertragen konnte. Ausgesucht hat sich diese vom-Saulus-zum-Paulus-Figur Bill Drayton. Der schwächliche New Yorker, Jahrgang 1943, formuliert sein Mantra auf einer Veranstaltung von Google so:

### **(Drayton)**

„Jeder ist ein Veränderer. Aber wir Bürger können in dieser ständig sich verändernden, komplizierten Welt nicht bestehen, wenn nur ganz Wenige Veränderungsvorschläge machen. Deshalb muss die Zahl der Problemlöser erhöht werden.“

### **Autorin:**

Das Credo des Ashoka-Gründers: Wir sind das Sammelbecken der besten Ideen, um die Probleme zu lösen, die uns verkrustete Institutionen aufgehalst haben. Nach eigener Aussage ist Ashoka inzwischen in über 80 Ländern aktiv. Seit 2003 gibt es auch ein junges Team in Deutschland. Geschäftsführer ist Rainer

Höll. Der Mittdreißiger im dunklen Business-Anzug und Hemd ohne Krawatte arbeitete vorher bei der Bertelsmann- und der Robert-Bosch-Stiftung:

**(Höll)**

„Wir möchten nur die Personen fördern, bei denen wir eine Kombination sehen aus einem wirklichen Brennen für die Sache und einem wirklichen unternehmerischen Geist und einem Grad an Innovativität, der nicht nur in einer graduellen Verbesserung einer sozialen Misslichkeit besteht, sondern wirklich tiefgreifend radikal innovative Lösungen hervorbringen kann.“

**Autorin:**

Welche Unterstützung bekommt ein Sozialunternehmer, dem Ashoka all das bescheinigt? Geld, um sich drei Jahre auf sein Projekt konzentrieren zu können. Außerdem kostenlose Beratung in Sachen Strategie, Management, Finanzierung, Recht – und Eintritt in das große, internationale Netzwerk von Ashoka. Das Kontingent an Eintrittskarten ist klein. Jedes Jahr werden in Deutschland nur sechs Kandidaten zu „Fellows“ ernannt. Norbert Kunz kam 2007 dazu. Er hat ein Konzept entwickelt, jungen arbeitslosen Ostdeutschen durch Mikrokredite in die Selbstständigkeit zu helfen.

**(Kunz)**

„Was haben der Web-Entwickler in Brandenburg und die Caterer in Potsdam gemeinsam? Für die meisten ist die Selbstständigkeit die einzige Alternative zum Wegzug oder Arbeitslosigkeit. ‚Es kamen fast alle mit der gleichen Geschichte. Nämlich dass sie mit ihrer Gründungsidee beispielsweise bei der Kammer, bei Banken, bei Wirtschaftsförderern waren und dort nicht ernst genommen worden sind‘. Wer als Arbeitsloser noch ausgegrenzt war, findet als Unternehmer seinen Platz in der Gesellschaft.“

**Autorin:**

Kunz war mit seinem Sozialunternehmen schon 13 Jahre im Geschäft als er in den erlauchten Kreis der „Ashoka-Fellows“ aufgenommen wurde. Von staatlichen Förderinstitutionen hatte er sich häufig eher als „potentieller Betrüger“ behandelt gefühlt. Ashokas zollte seiner Arbeit Anerkennung:

**(Kunz)**

„Das ist ein sehr umfänglicher Prozess. Der hat, glaube ich, 9 Monate gedauert. Irgendwann wurde ich angerufen. Ich sei empfohlen worden. Und dann haben wir uns erst mal getroffen hier in Berlin, damals in einer Kneipe. Das war vollkommen wahnsinnig. Die hatten im Vorfeld so intensivst recherchiert, schon mit Stakeholdern gesprochen, mit Stiftungen, mit Banken. Letztendlich entscheidet dann nochmal Bill Drayton, ob das tatsächlich ne soziale Innovation ist.“

**Autorin:**

Ashoka-Erfinder Drayton – in den USA inzwischen vielfach als humanistischer Visionär ausgezeichnet - arbeitete lange Jahre für ein Imperium, dessen Maxime die Profitmaximierung ist: Die Unternehmensberatung McKinsey. Sie gehört zu den Pro-Bono-Partnern, die alle Fellows von Ashoka durch kostenlose Beratung wetterfest machen sollen. Aber nicht nur mit immaterieller Unterstützung steht man der gemeinnützigen GmbH zur Seite. Einnahmen von dreieinhalb Millionen Euro weist der Geschäftsbericht von Ashoka-Deutschland für das Jahr 2012 aus:

**(Höll)**

„Ashoka finanziert sich rein aus Spenden, ungefähr zur Hälfte des Jahresbudgets aus einem Kreis von Unterstützern. Diese Unterstützer sind selbst Unternehmer. Das heißt: Es sind gleichzeitig auch sehr wertvolle Mentoren für unsere Fellows. Die andere Hälfte des Budgets kommt bei uns durch Kooperation mit Stiftungen und Privatunternehmen zustande. Wir haben keine staatliche Förderung. Wir fundraisen.“

**Autorin:**

Was haben Unternehmen davon, ihr Knowhow an Sozialunternehmer weiterzugeben? Rainer Höll hat diese Frage schon oft gehört und beantwortet sie mit dem wachsenden Bewusstsein der Wirtschaft, gesellschaftliche Verantwortung zu zeigen:

**(Höll)**

„Für die Unternehmen ist das eine Form von Corporate Social Responsibility, das zu tun. Aber immer mehr Unternehmen verstehen, dass sie auch etwas davon lernen können. Für die Weiterentwicklung ihres Unternehmens müssen sie eigentlich lernen, mit sozialen Herausforderungen umzugehen.“

**Autorin:**

Trotzdem ist es wichtig, dass Topf und Deckel zusammenpassen. Denn der Unterstützer will sich ja profilieren und sein Image aufmöbeln. Sozialunternehmer Norbert Kunz kennt die Befindlichkeiten aus eigener Erfahrung:

**(Kunz)**

„Eine Stiftung und ein Unternehmen kommt per se nicht auf die Idee zu sagen: Na gut, dann finanziere ich jetzt mal ein Obdachlosenheim. Das ist nicht sexy. (lacht) Warum soll ich eigentlich eine Aufgabe übernehmen, die bisher immer vom Staat übernommen worden ist? Ein Unternehmen oder eine Stiftung will Innovation. Wo sie sagen kann: Hey! Das haben wir Neues entwickelt und nicht das Althergebrachte weiterfinanziert.“

**Autorin:**

Immer wird dabei natürlich auch auf's Geld geschaut. Sogar mit Argusaugen: Denn sozialer Wandel braucht erfahrungsgemäß Zeit und sein Erfolg ist in



Quartalszahlen nicht ablesbar. Was also kann beim potentiellen Geldgeber genug Vertrauen schaffen, um langfristig in ein soziales Geschäftsmodell zu investieren, das noch in den Kinderschuhen steckt? Was minimiert das Risiko, damit das Geld am Ende nicht futsch ist? Ashoka glaubt, das strenge Auswahlverfahren ihrer „Fellows“ - zu dem ja entscheidend gehört, dass die Kandidaten zuvor schon einiges alleine auf die Beine gestellt haben - senkt diese Hürden. Ebenso förderlich soll der „Social Reporting Standard“ sein, der mit Unterstützung des Bundesfamilienministeriums erstellt wurde: Ein klar gegliederter Kriterien-Katalog, der sowohl über die Arbeitsergebnisse der Bewerber als auch ihre Angebote und Ziele einheitlich informieren soll. Trotzdem bleibt es kompliziert, die passende Finanzierung zu ergattern, erklärt Ashoka-Mann Höll:

**(Höll)**

„Privatspender bestehen auf minus 100 Prozent Rendite. Wenn Sie soziale Investoren anschauen: Die wollen eine sehr geringe Rendite, machen aber keine Kleininvestition. Das ist erst ab 2, 3, 400.000 interessant. Wenn Sie Stiftungen anschauen: Auch die verschenken Geld in den allerallermeisten Fällen, scheuen Reputationsrisiken dabei, haben oft hohe Auflagen und hohen Reporting-Aufwand. Wenn Sie Unternehmen anschauen, wenn Sie einen CSR-Deal machen wollen mit ne'm Unternehmen, die müssen natürlich gleichzeitig den Business-Case für sich sehen. Und wenn Sie Banken angucken: Da ist es schwer reinzukommen wenn man nicht ein Mainstream-Business hat, mit dem man ganz klar auch Cash-Flows nachweisen kann.“

**Autorin:**

„Cash-Flow“, „Mainstream-Business“, „Social Impact Bonds“: Begriffe der Aktionärssprache, die Rolf Rosenbrock gar nicht schmecken. Der 68jährige in Jackett und Jeans, mit randloser Brille und selbstgewählter Glatze, steht auf der anderen Seite. Er ist Vorsitzender des Paritätischen Wohlfahrtsverbandes.

Soziale Arbeit darf seiner Ansicht nach nicht den Gesetzen des Kapitalmarktes folgen. Dass die von Ashoka geförderten Sozialunternehmer mit - wie er sagt - „aufgebrelzten Ideen“ gerade zu „Heldengestalten“ aufgebaut werden, nervt ihn deshalb besonders:

### **(Rosenbrock)**

„Das gibt es in der Realität auch - nur: Das ist nicht die Regel und ist damit ja auch verbunden, dass Menschen, die diesem Ansatz folgen, gerne sich in überwiegend englischen Terminologien herumtreiben: Das finde ich dem Gegenstand oftmals nicht angemessen. Es ist noch nicht so ganz raus, wie sich das Verhältnis zwischen diesen - sagen wir mal - etwas aufbrausend daherkommenden Innovatoren von Ashoka & Co und uns, der etablierten freien Wohlfahrtspflege, entwickeln wird.“

### **Autorin:**

Aber es wird sich weiter entwickeln. Auch weil Ashoka sich in wenigen Jahren zur führenden Interessenvertretung für Sozialunternehmertum in Deutschland aufgebaut hat - trotz Konkurrenz aus der Schweiz: Bereits 1998 hatte Klaus Schwab, der Gründer des Weltwirtschaftsforums von Davos, die Foundation-for-Social-Entrepreneurship ins Leben gerufen. Auch Schwab agiert international, aber nicht so öffentlichkeitswirksam.

Hans Fleisch, der als Generalsekretär des Bundesverbandes Deutscher Stiftungen selbst eine Organisation mit klassischen Strukturen führt, schwärmt von Ashoka:

### **(Fleisch)**

„Ashoka hat neuartige Persönlichkeiten herangezogen, wenn man so will. Leute, die nicht in großen Strukturen sich wohlfühlen. Die lieber selber machen. Die eben Unternehmertypen, aber mit einer hohen Gemeinwohlmotivation, sind. Die fühlen sich in dem Ashoka-Netzwerk wohl und darum gibt es einfach neue, sehr

interessante Leute, die in den klassischen gemeinnützigen Organisationen nicht mit diesem Stil und in dieser Art vorhanden sind. Das ist eine Bereicherung.“

### **Autorin:**

Anders ausgedrückt: Die großen - hauptsächlich von der öffentlichen Hand finanzierten - freien Wohlfahrtsverbände ruhten sich auf ihren Lorbeeren aus. Aber der frische Wind, der mit Ashoka aufkommt, schiebt nur zwei Dinge nach vorn: Dass Geld effizient einzusetzen ist und neue Ideen immer gebraucht werden. Die freie Wohlfahrtspflege sei schon immer innovativ gewesen, verteidigt deshalb der Paritätische Wohlfahrtsverband, Platzhirsch mit 15 Ländervertretungen und fast 300 Kreisgeschäftsstellen: Moderne Modelle für Kitas und Altenpflege, Prävention, Hilfe zur Selbsthilfe bei Krankheit und Arbeitslosigkeit: Auch „jetzt brummt es vor Innovation“, murrte Rolf Rosenbrock. Das Problem liege woanders:

### **(Rosenbrock)**

„Da werden von den Zuwendungsgebern auf staatlicher Seite vor allen Dingen Maßstäbe und Verfahren angelegt, die nicht die Chance lassen, eigentlich was Neues zu entwickeln. Wir müssen gewissermaßen unsere Innovationen immer ein bisschen Undercover verkaufen, um sie erst mal zum Leben zu bringen. Und dann ist es so, dass solche Anschubfinanzierungen regelmäßig aus einem Programm stammen, was dann eine Laufzeit von zwei bis drei Jahren hat, und dann erlischt das Interesse. Wir nennen das dann ‚Projektitis‘.“

### **Autorin:**

Niemand widerspricht ihm. Auch die Politik nicht, mit der die Wohlfahrtsverbände seit Jahrzehnten spannungsreiche, aber stabile Beziehungen pflegen. Der Paritätische Wohlfahrtsverband konstituierte sich vor 100 Jahren als

wirtschaftliche Zweckgemeinschaft von Krankenhäusern. Heute betreibt die gesamte freie Wohlfahrtspflege mit ihren gemeinnützigen Organisationen in Deutschland über die Hälfte aller sozialen Einrichtungen. Dass durch die Förderung nach dem Gießkannenprinzip sehr viel Geld wirkungslos verpufft, bekam das Bundesfamilienministerium erst im Februar schwarz auf weiß in einer Studie bescheinigt. Es hatte sie selbst in Auftrag gegeben.

Derweil prescht Ashoka voran, wirbt für sich so zeitgemäß wie selbstbewusst als „Changemaker“ und „Wachstumsermöglicher“. Der selbsternannte Unterwanderer verkrusteter Institutionen preist in Deutschland auch den „intensiven Dialog mit der Politik, „um größere Veränderungen in den bestehenden Systemen und Institutionen zu bewirken“.

### (Höll)

„Die Politik sagt selbst, dass natürlich die Ideen für die soziale Problemlösung nicht von ihr selbst kommen können. Sie können. Aber es ist so viel besser die Bürger zu fragen, was für Ideen sie haben. Und Sozialunternehmer sind Bürger, die tragfähige Ideen haben. Ich glaube, dass das im Interesse des Staates und im Interesse der Gesellschaft ist, die Mittel für die Förderung von Social-Entrepreneurs auszubauen.“

### **Autorin:**

Dem Sozialunternehmer zuallererst das Schild des engagierten Bürgers an's Revers zu heften und die beliebte Gesellschafts-Karte auszuspielen, mit der die gebeutelten Steuerzahler gemeint sind: Das ist es, was die Wohlfahrtsverbände auf die Palme getrieben haben dürfte. „Philanthrokapitalismus“ nennen Kritiker abschätzig, was positiv verstanden als „Venture Philanthropy“ bezeichnet wird. Bill Draytons Ashoka handelt entsprechend. Die Multimilliardäre Bill Gates und

Waren Buffett stehen dafür: Sie leisten sich nach getaner Arbeit die Welt mit eigenen Projekten zu verbessern. Dazu wird ihr Geld nach genau denselben marktliberalen Maßstäben eingesetzt, mit dem sie ihr eigenes Vermögen mehren. Auch dagegen erhebt der Chef des Paritätischen Wohlfahrtsverbandes Einspruch: Für ihn steht der sozial benachteiligte Mensch im Mittelpunkt. Gemeinsam mit ihm müsse über eine Verbesserung der Verhältnisse nachgedacht werden. Deshalb pocht Rosenbrock auf den Wohlfahrtsstaat - aber betont:

### **(Rosenbrock)**

Wir wollen ja selbst kosteneffektiv arbeiten. Es gibt da in meinem Verband eine große Initiative: Ein Konzept der Verwirklichungschancen. Das ist von dem Nobelpreisträger Amartya Sen und Martha Nussbaum entwickelt worden. Und wir wollen nun bestimmen, inwieweit trägt soziale Arbeit dazu bei, diese Verwirklichungschancen darstellbar zu machen. Das heißt nicht: messbar zu machen und das heißt nicht, dass wir das in Euro ausdrücken können, aber wir müssen einfach davon weg von dem Gegenwärtigen - was dann ‚Sozialberichtserstattung‘ heißt und das, was uns eigentlich interessiert - Teilhabe, Verankerung in sozialen Netzen, Selbstwertgefühl, Selbstwirksamkeitsgefühl - in die Fußnote verbannt. Wir arbeiten nicht für's Bruttoinlandsprodukt. Das ist auch nicht unser gesellschaftlicher Auftrag. Wir müssen uns mit neuen Methoden der Qualitätssicherung und der Wirkungsmessung sozusagen auch vor falscher Vereinnahmung schützen.

### **(Volz-Schmidt)**

„Ich glaube es geht um das Aufbrechen eines Monopols. Die Wohlfahrtsverbände haben viele, viele Jahre durchaus Konkurrenz gekannt, aber nur untereinander. Also Diakonie gegen Caritas, Katholisch gegen Evangelisch, man hat die AWO im Blick gehabt.“

**Autorin:**

.... sagt Rose Volz-Schmidt. Die resolute Sozialpädagogin spricht aus eigener, langer Erfahrung: Über 20 Jahre arbeitete sie für die evangelische Kirche in der Familienbildung.

**(Volz Schmidt)**

„Das ist für die Wohlfahrtsverbände, glaube ich, unter finanziellen Aspekten auch bedrohlich. Weil die Politik wird aufmerksam, die Politik fängt an zu fördern – auch Social Entrepreneurs. Weil sie sagen: Die sind effizient, die sind wirksam.“

**Autorin:**

Rose Volz-Schmidt spricht auch bei diesem Punkt aus eigener Erfahrung. Sie ist Gründerin von „wellcome“ – einer gemeinnützigen GmbH, die junge Familien unterstützt. Bundesweit aufgestellt, kooperiert sie auch mit den etablierten Wohlfahrtsverbänden. Für Ashoka und die Schwab-Foundation sind Rose Volz-Schmidt und Norbert Kunz förderungswürdige Sozialunternehmer. Für den Bund förderungswürdige Bürger. Doch Ende 2010 betrat die Regierung in Sachen ‚Sozialunternehmer‘ Neuland: Mit ihrer „Nationalen Engagementstrategie“. Federführend: Das Bundesfamilienministerium. Ein Satz aus dem Papier reicht, um zu verstehen, weshalb sich die freien Wohlfahrtsverbände einerseits warm angezogen haben, andererseits die Krallen zeigen:

**(Textauszug)**

„Viele Akteure (...) sind bisher im Dialog über soziale Innovation und Engagement kaum systematisch einbezogen worden, darunter neben den Sozialunternehmern selbst zum Beispiel private Investoren (insbesondere aus dem Feld der Venture Philanthropy) oder internationale Förderorganisationen.“

**Autorin:**

... wie Ashoka. Fast drei Jahre sind vergangen seit die Bundesregierung mit dieser „Nationalen Engagementstrategie“ neue und alte Akteure zusammenführte, um dem Sozialunternehmertum in Deutschland auf die Sprünge zu helfen. Eine herausgehobene Stellung hat dabei die „strategische Partnerschaft“ der Bundesregierung mit den Stiftungen. Dieser Vorstoß erfolgte wenige Jahre nach der Gründung von Ashoka-Deutschland und kurz nachdem die einflussreiche, von einer Unternehmerfamilie gegründete „Stiftung Mercator“ den „Forscherverbund Social Entrepreneurship“ ins Leben gerufen hatte - in Kooperation mit Ashoka und der Schwab-Stiftung. Ist die Politik aufgewacht? Christoph Linzbach, der Leiter der Unterabteilung für die Engagementpolitik im Bundesfamilienministerium, tritt zurückhaltend auf. Sollen Sozialunternehmen die Politik langfristig entlasten?

**(Linzbach)**

„Es ist jetzt keine Konkurrenz um günstigere Lösungen, die wir an dieser Stelle anstreben in dem Sinne, dass hier der Staat seine Verantwortung abschieben möchte, um Mittel zu sparen. Er muss weiterhin gute Rahmenbedingungen sichern, und das werden wir auch tun. Auf der anderen Seite muss man auch sagen, dass natürlich auch die Mittel des Bundeshaushaltes nicht unendlich sind.“

**Autorin:**

Erfolgreiche Sozialunternehmer könnten langfristig für Entlastung sorgen: Der Politik würden Rundum-Sorglos-Pakete auf dem Silbertablett serviert. Die öffentlichen Kassen wären genauso entlastet wie die Gesellschaft. Zukunftsmusik?

Freie Träger, die als GmbH seit Jahrzehnten innovative soziale Dienstleistungen anbieten, gibt es zuhauf – wie beispielsweise die „Lebenshilfe“: Von Eltern geistig behinderter Kinder vor mehr als einem halben Jahrhundert aufgebaut, wird sie heute wie ein Unternehmen geführt und bietet bundesweit eine breite Angebotspalette. Der innovative Sozialunternehmer in Deutschland ist also keine neue Erfindung. Nur darf er als solcher bislang nicht handeln, weil er die projektgebundene öffentliche Förderung möglichst zeitnah verbrauchen muss und ihm Rücklagen zu bilden verboten ist. Denn er unterliegt sowohl dem Haushalts- als auch dem Gemeinnützigkeitsrecht. Wie stellt sich Ministeriumsmann Linzbach die gelenkte Zukunft vor?

**(Linzbach)**

Ashoka ist eine Interessenvertretung für soziale Unternehmer in Deutschland. Das heißt, der Gedanke des Sozialunternehmertums wird auch von Ashoka, nicht nur von Ashoka, verbreitet. Zum Zweiten glaube ich, dass die Diskussion der großen Wohlfahrtsorganisationen mit Ashoka und den Sozialunternehmen, sehr fruchtbar für die soziale Arbeit insgesamt in Deutschland sein kann. Also ich glaube, man sollte hier die Konkurrenz nicht verhindern, sondern man sollte sie an der ein oder anderen Stelle durchaus auch befördern.“

**Autorin:**

Und das tut der Staat seit Anfang 2012 mit einem bislang einzigartigen Programm, auf das Ashoka unter der Überschrift „Was wir schon geschafft haben“ hinweist: Die Kreditanstalt für Wiederaufbau verleiht Geld zur „Wachstums-Finanzierung von Sozialunternehmen“: Hat sich ein erster Unterstützer gefunden, stockt die KfW das Beteiligungskapital bis zu 10 Jahre lang um dieselbe Summe auf. Einen Zeitrahmen zur Rückzahlung des Kredits in



Höhe von maximal 2 Millionen Euro gibt es nicht. Keine der üblichen, öffentlichen Zuschüsse, betont Ministeriums-Mann Linzbach, sondern ein:

**(Linzbach)**

„Kleines, aber feines Förderprogramm.“

**Autorin:**

Mit tatkräftiger Unterstützung von Ashoka hat die Politik also das enge Korsett für Sozialunternehmer gelöst: Der Kredit als „Wachstumskapital“ lässt ihnen sowohl Zeit als auch eigenen Handlungsspielraum, um sich Schritt für Schritt weiter zu entwickeln. Das ist wirklich neu - und womöglich umwälzend. Ulrich Schneider ist Sprecher für bürgerschaftliches Engagement der Grünen-Bundestagsfraktion. Er zweifelt am Erfolg des KfW-Programms:

**(Schneider)**

„Ich glaube, dass es daran krankt, dass Sozialunternehmen keine feste Definition haben – das wurde in der Kleinen Anfrage, die ich dem Ministerium gestellt habe auch deutlich – dass man sich im Ministerium offensichtlich nicht ganz klar ist, was meint man mit einem Sozialunternehmen.“

**Autorin:**

Gemeinnützige Träger und private Anbieter sehen in der Unschärfe des Begriffs auch eine Chance. Sie hoffen auf eine gesellschaftliche Diskussion, wenn nicht auf eine maßgebliche Verbesserung ihrer Finanzierungsbedingungen. Das könnte geschehen, wenn die Politik so konsequent ist, wie Ashoka-Fellow Norbert Kunz fordert:

**(Kunz)**

„Obwohl wir in einer Marktwirtschaft leben, spielt in Deutschland Gründungsförderung eine große Rolle. Und da übernimmt der Staat eine wichtige Funktion. Er hat Sonderkredite auf den Weg gebracht. Er hat Coaching-Programme auf den Weg gebracht. Adventure-Fonds auf den Weg gebracht. Das hat er für gewerbliche Unternehmen getan. Da wäre auch eben eine Funktion des Staates: Gleiche Ausgangsbedingungen zu schaffen, auch für Sozialunternehmen. Er muss sie nicht lenken, er muss die Aufgabe nicht selbst übernehmen, aber er muss die Rahmenbedingungen schaffen, die er für andere auch schafft.“

**Autorin:**

Der Forscherverbund der Mercator-Stiftung hat im Juni 2012 die Chancen für soziale Innovation in Deutschland ausgelotet: Die von acht Universitäten eingeladenen Wissenschaftler raten der Politik ihre Förderpraxis grundsätzlich zu überdenken – und die ‚Projektitis‘ genauso abzuschaffen wie die gesonderte Förderung von Sozialunternehmern. Sie plädieren dafür, Social Entrepreneurship thematisch großflächig zu verstehen und bis hin zum Klimaschutz entsprechend strukturell zu befördern.

Ausdrücklich werden in der Studie die etablierten Wohlfahrtsverbände für ihre guten Ideen gelobt. „Das größte Potential zur Verbreitung sozialer Innovation im sozialen Wohlfahrtsbereich entsteht“, so die Empfehlung, „wenn alle Akteure zusammen-spielen.“ Der Chef des Paritätischen Wohlfahrtsverbandes hat die Zeichen der Zeit erkannt. Während eine Sachverständigenkommission ausgebrütet wird, die die Zukunft sozialer Innovation in Deutschland lenken soll, geht Sozialunternehmerin Rose Volz-Schmidt stellvertretend auf die Konkurrenz

zu. Egal wie kreativ, effizient, effektiv und gut vermarktet eine Idee im sozialen Feld ist – auch sie braucht Partner:

**(Volz-Schmidt)**

„Also das könnten wir überhaupt nicht heben. Wir haben einen Riesenschatz an Infrastruktur, an sozialer, die im Wesentlichen von den bekannten Wohlfahrtsverbänden bespielt wird.“

**(Rosenbrock)**

„Ich denke, dass soziale Innovationen in allen Feldern notwendig sind, in der Gewinnwirtschaft, beim Staat und in der Zivilgesellschaft – also auch in der freien Wohlfahrt. Es ist nicht so, dass bei uns alles so toll wäre, dass wir sagten: Hier ist alles auf die Klienten zugerichtet, und hier ist alles wunderbar partizipativ, hier ist alles innovationsoffen – nein, so ist es nicht. Und wenn uns da jemand von außen stört, und sei es der Erbe gegen den Inhaber von alten Rechten, so soll uns das recht sein. Das können wir gut aushalten.“

**Autorin:**

...und müssen es in absehbarer Zeit womöglich auch: Die Mercator-Studie fordert die Politik auf, im Sozialgesetzbuch festzuschreiben, dass Innovation in der sozialen Arbeit durch Staat und Kommunen forciert wird. Die Aufnahme eines entsprechenden Passus' „in das Zusammenarbeitsgebot“, heißt es, „bedeutete eine Gleichstellung mit der etablierten freien Wohlfahrtspflege in der Förderung.“ Ashoka begrüßt auch diese Empfehlung.

**„Effektiv und Effizient: Sozialunternehmer in Deutschland. Ein Feature von Gabi Wuttke“**

