

Bachelorarbeit

Social Entrepreneurship in Deutschland: Ein Modell für die Zukunft?

von
Patrick Weirich

Erstauflage

Diplomica Verlag 2014

Verlag C.H. Beck im Internet:
www.beck.de

ISBN 978 3 95820 166 8

Leseprobe

Textprobe:

3, Charakteristischen Merkmale von Social Entrepreneurship Organizations:

3.1, Tätigkeitsfelder:

Wie in Abschnitt 2.1 erläutert, beschäftigen sich SEOs grundsätzlich mit der Lösung oder Verbesserung von gesellschaftlichen Missständen und Problemen. Die Handlungsfelder lassen sich prinzipiell nach Schwerpunktthemen von Entwicklungsländern und entwickelten Ländern aufteilen. In Entwicklungsländern sind dies vor allem existenzbedrohende Probleme wie Hunger, Armut oder Menschenrechtsverletzungen, welche in den europäischen Staaten kaum vorzufinden sind. Länderübergreifende Handlungsfelder lassen sich allerdings nicht immer detailliert abgrenzen, da die Interpretation des Begriffes sozial sehr von den gesellschaftlichen Moralvorstellungen und Normen abhängt. Demzufolge lassen sich die Handlungsfelder und sozialen Probleme nur relativ zur Situation einer Gesellschaft und ihren Moralvorstellungen bestimmen. In dieser Arbeit liegt der Fokus auf den gesellschaftlichen Problemen in Deutschland. In einem ausgeprägten Sozialstaat wie Deutschland, mit einer breiten Landschaft an Wohltätigkeitsorganisationen, werden bereits viele Themen durch diese oder den Staat abgedeckt. Handlungsfelder entstehen oftmals an Schnittstellen zu anderen Bereichen in denen Staat, Privatwirtschaft oder NPOs noch nicht tätig sind. In den nächsten Jahren wird sich die Situation des finanzstarken Sozialsystems allerdings aufgrund sozialstruktureller Entwicklungstrends und dem fortschreitenden demografischen Wandel zunehmend verschlechtern. Derzeit steht ein steigender Bedarf an sozialen Dienstleistungen einer Abnahme der finanziellen Leistungsfähigkeit der öffentlichen Kassen gegenüber.

Aus einer Studie des Mercator-Forscherverbunds 'Innovatives Soziales Handeln - Social Entrepreneurship' aus dem Jahr 2011 geht hervor, dass die vier größten Themenfelder in Deutschland Bildung und Wissenschaft, Arbeitsmarktintegration, Gesellschaftliche Inklusion sowie Soziale Dienste sind. Eine Untersuchung der Europäischen Kommission zu Tätigkeitsfeldern von Sozialunternehmen in Europa ist fast deckungsgleich mit den Themenfeldern in Deutschland. Außerdem ist zu erwähnen, dass 49,8 Prozent der befragten Unternehmen angaben, in mehr als einem Tätigkeitsfeld aktiv zu sein. SEOs spezialisieren sich häufig auf Bevölkerungsgruppen, welche unverschuldet in eine permanente Notsituation gekommen sind oder anderweitig von einem Ungleichgewicht in einer Gesellschaft betroffen sind. Besonders zeichnen sie sich hier durch ihre innovativen und flexiblen Charakter aus, um Lösungen zu testen, während etablierte Organisationen hingegen häufig träge und ineffizient agieren. Allerdings geraten SEOs zunehmend auch in eine Konkurrenzsituation mit staatlichen Leistungserbringern oder anderen Akteuren des Sozialsystems. Diese verhalten sich laut ACHLEITNER wenig kooperativ bis hin zu konfrontativ, um ihre eigene Existenz nicht zu gefährden. Dieses rationale Verhalten ist vergleichbar mit den Verhältnissen auf einem freien Markt, jedoch ist dies in der oft monopolistischen Macht der staatlichen Leistungserbringer auf regionaler Ebene begründet. Hier

gilt es in den nächsten Jahren zu beobachten, auf welche Weise sich die Marktmechanismen in diesem Bereich entwickeln. Weiterhin besteht auch die Möglichkeit, die etablierten Lösungswege von SEOs auf das staatliche- oder das Wohlfahrtssystem zu übertragen.

3.2, Motivation der Social Entrepreneurs:

Wie bereits in Abschnitt 2.1 erläutert, stellt die Motivation das essenzielle Unterscheidungsmerkmal von Social Entrepreneurs von traditionellen Entrepreneurs dar. Sie sind in ihrer persönlichen Motivation und ihren professionellen Eigenschaften den Unternehmerpersönlichkeiten aus der traditionellen Wirtschaft sehr ähnlich, entwickeln aber ihren pro-sozialen Leistungswillen aus einem moralischen Altruismus.

Im Rahmen der Mercator-Studie konnten vier wesentliche Motive von Social Entrepreneurs identifiziert werden. Ein Großteil der befragten Social Entrepreneurs gab hierbei an, dass die Erfahrungen und Umstände im professionellen Kontext das wichtigste Motiv für sie gewesen sei ein Sozialunternehmen zu gründen. Im Anschluss daran folgte das Motiv, einen gesellschaftlichen Mehrwert schaffen zu wollen. HARBRECHT findet den Ursprung seiner Motivation ebenfalls in eigenen Erfahrungen bei einer Studienreise nach Südafrika begründet, sich dem Thema zu verschreiben.

YUNUS beschreibt, dass die Motive ein Sozialunternehmen zu gründen in jedem Menschen ruhen. Dies begründet er wie folgt:

‘Die Menschen sorgen sich um ihre Welt und um einander. Sie hegen von Natur aus den Wunsch, ihren Mitmenschen zu helfen [...] Dieser Wunsch bewegt Menschen dazu, Milliarden für wohltätige Zwecke zu spenden, Stiftungen einzurichten, NGO und gemeinnützige Einrichtungen zu gründen, ihre Zeit für den Dienst an einer Gemeinschaft zu opfern und (in einigen Fällen) ihr ganzes Berufsleben einer relativ schlecht bezahlten Arbeit im Sozialbereich zu widmen. Und dieselben Antriebe werden viele Menschen dazu bewegen, Sozialunternehmen zu gründen, wenn erst einmal allgemein anerkannt ist, dass solche Unternehmen funktionieren können‘.

3.3, Netzwerke und institutionsübergreifende Kooperation:

Es ist schwierig SEOs isoliert zu betrachten, ohne die Verbindungen und Kooperationen mit staatlichen, privaten oder gemeinnützigen Akteuren mit einzubeziehen. HEINZE ET AL belegten in einer Studie, dass der hohe Vernetzungsgrad von SEOs die Qualität der Projekte deutlich steigern kann. Interdisziplinäre Erfahrungen und verschiedene Kompetenzen der Kooperationspartner fließen in das Projekt mit ein. Nach OLDENBURG sind SEOs in Deutschland häufig ‘flexible und in Kooperationen eingewobene Prototypen.’ Der Autor macht die Verbreitung und die Größe von SEOs von den Ausprägungen der Sozialsysteme abhängig. Eine der Stärken von SEOs sieht er daher in der Verknüpfung von innovativen Lösungsansätzen mit einer interdisziplinären Zusammenarbeit der etablierten Akteure begründet.

In der jüngeren Vergangenheit ist zu beobachten, dass sich in Deutschland immer mehr zivilgesellschaftliche Initiativen entwickeln, um explizit Social Entrepreneurs zu identifizieren und zu unterstützen. Eine solche Entwicklung ist u.a. auf die kaum existente öffentliche

Förderinfrastruktur zurückzuführen. Diese Organisationen sind durch ihre Multiplikatorwirkung sowohl Ursache als auch Verstärker des Social Entrepreneurship Phänomens. Zu den bedeutsamsten Organisationen gehören insbesondere Ashoka, Schwab und die Skoll Foundation. Für einen Social Entrepreneur ist es von Notwendigkeit sich permanent in solchen Netzwerken zu bewegen und sich mit potentiellen Stakeholdern austauschen, denn sie sind von Multiplikatoren abhängig.

Die Ashoka Foundation wurde 1980 von BILL DRAYTHON gegründet und ist die erste und weltweit führende Organisation, die in fast 80 Ländern gesellschaftliche Innovationen sowie Social Entrepreneurs identifiziert und weiterentwickelt. In einem mehrstufigen Auswahlprozess werden Kandidaten von lokalen Scouts nominiert und im Anschluss von einer Jury befragt. Die Organisation bietet ihren Fellows eine Auswahl an zahlreichen Förderprogrammen, wie beispielsweise bedarfsgerechte Lebenshaltungsstipendien, rechtliche und strategische Beratung oder Mentoring-Programme. Nach eigenen Angaben unterstützt die Organisation bereits 3.000 Fellows (Stand 2012).

Die Schwab Foundation for Social Entrepreneurship geht auf den Gründer und Präsidenten des Weltwirtschaftsforums, KLAUS SCHWAB, zurück. Die im Jahre 1998 gegründete Stiftung zeichnet jedes Jahr einen Social Entrepreneur of the Year aus. Der Preisträger erhält u.a. eine Einladung zum Weltwirtschaftsforum in Davos, um sich präsentieren und Kontakte schließen zu können. Darüber hinaus bietet die Schwab Foundation Beratungsdienstleistungen, ein umfangreiches Netzwerk sowie ein Bildungsangebot an elitären Bildungseinrichtungen in Harvard und Stanford. Eine weitere weltweit bedeutende Institution, welche sich mit Social Entrepreneurship beschäftigt, ist die Skoll Foundation. Sie wurde 1999 von dem ersten ebay Präsidenten JEFF SKOLL gegründet. Die Skoll Foundation verleiht ebenfalls einen Award for Social Entrepreneurship und unterstützt weltweit Social Entrepreneurs. Darüber hinaus hat das Skoll Center for Social Entrepreneurship an der Said Business School der Universität Oxford den Auftrag das Thema wissenschaftlich zu erforschen. Die Skoll Initiative ist überwiegend in Groß-Britannien aktiv, wo das Themenfeld Social Entrepreneurship und die Förderkultur bereits weiter entwickelt sind als in anderen Ländern Europas.