

Finanzierung von Sozialunternehmern

Konzepte zur finanziellen Unterstützung von Social Entrepreneurs.

Bearbeitet von
Prof. Dr. Reinhard Pöllath, Erwin Stahl, Prof. Dr. Dr. Ann-Kristin Achleitner

1. Auflage 2007. Buch. XI, 348 S. Hardcover
ISBN 978 3 7910 2631 2

[Wirtschaft > Volkswirtschaft > Finanzwissenschaft](#)

Zu [Inhaltsverzeichnis](#)

schnell und portofrei erhältlich bei


DIE FACHBUCHHANDLUNG

Die Online-Fachbuchhandlung beck-shop.de ist spezialisiert auf Fachbücher, insbesondere Recht, Steuern und Wirtschaft. Im Sortiment finden Sie alle Medien (Bücher, Zeitschriften, CDs, eBooks, etc.) aller Verlage. Ergänzt wird das Programm durch Services wie Neuerscheinungsdienst oder Zusammenstellungen von Büchern zu Sonderpreisen. Der Shop führt mehr als 8 Millionen Produkte.

SCHÄFFER

POESCHEL

1.1 Social Entrepreneurship – Ein Überblick

Ann-Kristin Achleitner/Peter Heister/Erwin Stahl*

1.1.1 Einleitung

1.1.2 Grundlagen und Definitionen

1.1.3 Umfeld von Social Entrepreneurship

1.1.4 Finanzierung von Social Entrepreneurship

1.1.5 Ausblick und künftige Entwicklungen

Literatur

* Prof. Dr. Dr. Ann-Kristin Achleitner, KfW-Stiftungslehrstuhl für Entrepreneurial Finance, Technische Universität München; Peter Heister, Wissenschaftlicher Mitarbeiter, KfW-Stiftungslehrstuhl für Entrepreneurial Finance, Technische Universität München; Dr. Erwin Stahl, Geschäftsführer, BonVenture Management GmbH und BonVenture gGmbH, München.

1.1.1 Einleitung

Im freien, funktionierenden Markt führt das Verfolgen von Eigeninteressen langfristig zu positiven Wohlfahrtseffekten bei allen Marktteilnehmern. Der Profit, den ein Unternehmen erwirtschaftet, ist das Resultat einer effizienten Kapitalallokation und eine Approximation für den Wert, den es geschaffen hat. Dem Unternehmer gelingt es aufgrund seines Profits, weitere Ressourcen anzuziehen und so sein Angebot auszudehnen. Verluste erwirtschaftende, ineffiziente Unternehmen werden aus dem Markt gedrängt und die freigesetzten Ressourcen fließen den erfolgreichen Unternehmern zu. Dieser Mechanismus führt in Ländern mit einer freien Marktwirtschaft zu einer allgemeinen Wohlfahrtsmehring.

Dieser Wohlstand behebt viele gesellschaftliche Probleme, schafft aber auch neue. Zudem gibt es Aufgaben, die der freie Markt nicht zu lösen vermag. Man spricht in diesem Zusammenhang von Marktversagen. Beispielsweise werden öffentliche Güter¹ auf einem freien Markt nicht bereit gestellt, externe Effekte² in Preisen nicht berücksichtigt und benachteiligte Menschen nicht vom Markt bedient³. Um diese Defizite der Marktwirtschaft auszugleichen, wird der Staat aktiv. Doch es zeigt sich, dass der Staat träge und bisweilen zu wenig innovativ ist, um Lösungen für die sich immer schneller ändernden gesellschaftlichen Probleme herbeizuführen. Es fehlt ein Mechanismus, der ineffiziente Lösungsansätze des Staates automatisch aus dem Markt drängt und effizienten Lösungsansätzen zum Wachstum verhilft. Mit Entrepreneurship im Dritten Sektor könnte dieses Problem teilweise behoben werden, so die Meinung vieler.

Auch wenn das Phänomen nicht neu ist, hat sich erst in den letzten 25 Jahren ein Name für eine Gruppe von Unternehmern herausgebildet, die nicht so recht in das klassische Bild passen.⁴ Sie bieten effiziente Lösungen für genau die Probleme an, die der Markt und häufig auch der Staat nicht zu lösen vermag. Einkommenserzielung und Gewinnmaximierung sind – wenn sie denn vorhanden sind – bei ihnen nur Mittel zum Zweck. Ihr eigentliches Ziel ist ein anderes: Sie setzen all ihre Energie dafür ein, gesellschaftliche Probleme nachhaltig zu lösen. Gewalt, Korruption, Gesundheit, Bildung und Umweltverschmutzung sind praktische Beispiele. Sie bringen Innovationen im sozialen Bereich hervor, multiplizieren und skalieren sie. Man bezeichnet solche Unternehmerpersönlichkeiten als Social Entrepreneurs. Ihre Finanzierungsprobleme stehen im Mittelpunkt dieses Buchs.

Ein Paradebeispiel eines Social Entrepreneurs ist Muhammad Yunus, Gründer der Grameen Bank und Pionier der Mikrokreditfinanzierung, dessen Ernennung zum Friedensnobelpreisträger der Bekanntheit von Social Entrepreneurship einen weiteren Schub gegeben hat. Er war nicht der erste, der versucht hat, Mikrokredite zur Linderung von Armut zu vergeben, aber ihm ist es als erster gelungen, durch einen ausgeklügelten

1 Ein öffentliches Gut ist durch Nicht-Rivalität und Nicht-Ausschließbarkeit im Konsum gekennzeichnet, ein typisches Beispiel ist die Landesverteidigung.

2 Ein typischer externer Effekt ist Umweltverschmutzung, die bei der Produktion entsteht und deren Kosten nicht im Produkt eingepreist werden. Stattdessen muss die Allgemeinheit die Folgen bzw. Kosten der Beseitigung tragen.

3 Dieser Punkt stellt kein Marktversagen im wohlfahrtsökonomischen Sinn dar, wird aber in der öffentlichen Diskussion ebenfalls als solches bezeichnet.

4 Vgl. u. a. Achleitner (2007a), S. 57; Bornstein (2004), S. 3; Dees (2001), S. 1.

Vergabemechanismus die Ausfallquoten so weit zu reduzieren, dass sich das System selbst trägt und somit multipliziert werden konnte.⁵

In Deutschland wird Social Entrepreneurship mittlerweile ebenfalls thematisiert. Vor allem der Start von Ashoka, BonVenture, der Schwab Foundation for Social Entrepreneurship und die deutsche Ausgabe des Buchs von David Bornstein – alles in den letzten drei Jahren – haben in Deutschland den Stein ins Rollen gebracht.⁶

Dieser Beitrag gibt eine Einführung in Social Entrepreneurship: Was verbirgt sich hinter diesem Begriff, in welchem Umfeld hat es sich entwickelt und wie wird es finanziert? Parallel dazu wird auf Buchbeiträge verwiesen, die einzelne Themen vertiefen.

1.1.2 Grundlagen und Definitionen

Das Themenfeld Social Entrepreneurship wurde bisher hauptsächlich in angelsächsischen Ländern mit Inhalten gefüllt, entsprechend ist auch die Fachterminologie englisch. Die Übersetzung der Begriffe ist nicht unproblematisch, da sie teilweise im Deutschen eine falsche Konnotation haben, Wortneuschöpfungen sind oder sich gar nicht erst sinnvoll mit wenigen Worten übersetzen lassen. Im Buch werden daher an vielen Stellen die englischen Begriffe, die sich in ähnlicher Weise wie z. B. der englische Ausdruck Venture Capital auch im Deutschen etablieren, verwendet. Bevor im hinteren Teil dieses Beitrags auf das Umfeld von Social Entrepreneurship und die Finanzierung eingegangen wird, soll zunächst das Phänomen Social Entrepreneurship erläutert werden.

1.1.2.1 Social Entrepreneurs

Geprägt wurde der Begriff Social Entrepreneur(-ship) durch Bill Drayton, den Gründer der Organisation Ashoka.⁷ Drayton stellte fest, dass der wesentliche Erfolgsfaktor für nachhaltigen positiven gesellschaftlichen Wandel die Person hinter einem Projekt ist. Mit diesem Modell im Kopf reiste er Anfang der 80er-Jahre nach Indien, um die ersten Social Entrepreneurs zu suchen, also Menschen, die eine innovative Idee zur Lösung eines gesellschaftlichen Problems haben und diese mit unternehmerischem Denken umsetzen. Seine Organisation Ashoka identifiziert solche Menschen und fördert sie mit Stipendien, so dass sie sich mit ihrer gesamten Energie ihrer Idee widmen können. Drayton war überzeugt, dass er mit diesem Ansatz seine eingeschränkten finanziellen Mittel am effizientesten einsetzt. Er hat damit auch eine neue Art und Weise, Soziales zu finanzieren, etabliert, denn bis zu diesem Zeitpunkt wurden hauptsächlich Organisationen und nicht Personen finanziert. Für die weitere Entwicklung von Social Entrepreneurship entscheidend war weiterhin, dass Drayton einer bis dahin namenlosen Gruppe eine Identität gab. Zwar war das Phänomen Social Entrepreneurship nicht neu,

5 Vgl. Kramer (2005), S. 6; www.grameen-info.org.

6 Vgl. <http://germany.ashoka.org/>; www.bonventure.de; www.schwabfound.org.

7 Vgl. zu Ashoka Beitrag 5.1.

ohne einen griffigen Namen fehlte aber lange Zeit das Bewusstsein, es hier mit einem ganz besonderen Typ von Unternehmer zu tun zu haben.⁸

Ashoka hat mittlerweile über 1700 als Fellows bezeichnete Stipendiaten in ihr Netzwerk aufgenommen. Die Auswahlkriterien, die sich in den ersten Jahren der Suche herauskristallisiert haben, sind gleichzeitig eine in Bezug auf die Person sehr enge Definition des Begriffs Social Entrepreneur. Es muss nicht nur sein primäres Ziel sein, ein gesellschaftliches Problem zu lösen, auch fünf weitere Kriterien müssen erfüllt sein, um sich als Fellow für ein Stipendium von Ashoka zu qualifizieren. Die ersten drei beziehen sich auf die Person, sie muss kreativ und unternehmerisch sein und hohen moralischen Ansprüchen genügen, Kriterien vier und fünf beziehen sich auf die Idee, sie muss neu und skalierbar sein.⁹ Nicht genannt als Voraussetzung wird das Gründen einer Organisation oder die Einkommenserzielung. Diesbezüglich ist die Definition von Ashoka also eher weit gefasst. Drayton schätzt, dass Ashoka in den Ländern, in denen die Organisation aktiv ist, etwa pro Jahr und 10 Mio. Einwohner einen Social Entrepreneur identifiziert. Legt man die Definition von Drayton zu Grunde wird deutlich, dass man bei Social Entrepreneurship nicht von einem Massenphänomen sprechen kann.

Eine in der Wissenschaft häufig zitierte Definition eines Social Entrepreneurs basiert auf grundlegenden Arbeiten führender Wissenschaftler der Entrepreneurship-Forschung¹⁰ und wurde von Dees in seinem Beitrag »The Meaning of Social Entrepreneurship« dargestellt. Nach dieser, wie Dees selbst einräumt, idealisierten Definition spielen Social Entrepreneurs die Rolle eines Motors des Wandels im sozialen Sektor, indem sie

- sich zum Ziel setzen, sozialen (nicht nur privaten) Wert zu schaffen und zu erhalten,
- neue Gelegenheiten erkennen und diese unermüdlich nutzen, um dieses Ziel zu erreichen,
- sich in einen Prozess kontinuierlicher Innovation, Adaption und des Lernens begeben,
- mutig handeln und sich nicht durch die Ressourcen einschränken lassen, die ihnen gegenwärtig zur Verfügung stehen, und
- gesteigerte Rechenschaftspflicht zeigen gegenüber den Anspruchsgruppen, denen sie helfen und bezüglich des Erfolgs ihrer Tätigkeit.¹¹

Diese Definitionen von Drayton und Dees sind allerdings keineswegs die einzigen, die verwendet werden. Mittlerweile existiert eine Fülle von Definitionen, die sich teils deutlich unterscheiden.¹² Insgesamt führen sie zu einer wenig konkreten Abgrenzung von anderen Formen des Entrepreneurship. Einige bezeichnen als Social Entrepreneur denjenigen, der zwar eine Non-Profit-Organisation führt, aber damit gleichzeitig Einkommen generiert, andere bezeichnen jeden, der eine Non-Profit-Organisation gründet, als Social

8 Vgl. für Beispiele von frühen Social Entrepreneurs gemäß der Ashoka-Definition www.ashoka.org/social_entrepreneur. Siehe für Beispielfälle von Social Entrepreneurs aus Deutschland http://www.bonventure.de/content/projekte/projekte_bvi/.

9 Vgl. www.ashoka.org/support/criteria.

10 Vor allem Say, Schumpeter, Drucker und Stevenson.

11 Dees (2001), S. 4.

12 Vgl. Mair/Marti (2006), S. 36; Johnson (2000), S. 5; Nicholls (2006), S. 10. Vgl. für einen Überblick über Definitionen Mair et al. (2006a), Weerawardena/Mort (2006).

Entrepreneur und manche sehen bereits einen Unternehmer, der sich besonders sozial verhält, als Social Entrepreneur.¹³ Probleme bereitet vor allem, die Bedeutung des Wortes »Social« in Social Entrepreneurship zu fassen.¹⁴

Aus wissenschaftlicher Perspektive können sehr weit gefasste Definitionen durchaus sinnvoll sein, um nicht im Voraus das Untersuchungsobjekt zu stark einzuschränken.¹⁵ Darüber hinaus trägt das Fehlen einer eindeutigen Abgrenzung zum großen Erfolg des Begriffs Social Entrepreneurship in der Praxis bei: Er ist selbsterklärend, ohne besonders einschränkend zu sein.¹⁶ Dadurch hat er in den 90er-Jahren des letzten Jahrhunderts in größerem Umfang Einzug in die englische Sprache gehalten und ist mittlerweile weit verbreitet. Google findet beispielsweise bei der Drucklegung dieses Buches ca. 1,1 Mio. Einträge bei der Suche nach dem Begriff »Social Entrepreneurship«, ein Beweis dafür, dass dieses Thema mittlerweile etabliert ist.¹⁷ Auf deutschen Webseiten erzielt man immerhin 89.000 Treffer bei diesem Suchbegriff – vor drei Jahren waren es vermutlich noch wesentlich weniger. Dank des breiten Spektrums an Definitionen ist die Anzahl potenzieller Social Entrepreneurs wesentlich höher, als sie bei Anwendung der strikten Definition von Ashoka wäre. Damit gewinnt das Phänomen auch zahlenmäßig eine gesellschaftliche Relevanz und es beschäftigen sich Wissenschaftler wie Praktiker gleichermaßen mit ihr. Es werden immer mehr spezielle Angebote für Social Entrepreneurs erarbeitet und die Entwicklung dieses Sektors wird durch begleitende Forschung unterstützt.

Da sich dieses Buch weniger in den wissenschaftlichen Definitionsdiskurs begeben, sondern vielmehr einen praktischen Beitrag zur Lösung von Finanzierungsproblemen leisten möchte, wird der Begriff Social Entrepreneur in diesem Buch sehr pragmatisch und weit gefasst. Social Entrepreneur im Sinne dieses Buches ist eine Person, die primär ein soziales Problem lösen will und sich dazu eines unternehmerischen Ansatzes bedient. Als deutscher Ausdruck für Social Entrepreneur hat sich mittlerweile Sozialunternehmer etabliert, den auch einige Autoren dieses Buches verwenden.¹⁸ »Sozialer Unternehmer«, also die wörtliche Übersetzung, meint den gewinnorientiert arbeitenden Unternehmer, der sich besonders sozial verhält. Das Soziale ist nicht die zentrale Motivation und damit die Übersetzung nicht zutreffend.

1.1.2.2 Social Enterprises und die Rolle der Einkommensgenerierung

Auch der mit Social Entrepreneur verwandte Ausdruck Social Enterprise wird nicht einheitlich definiert.¹⁹ Häufig wird die Definitionsproblematik auf den Begriff Social Entrepreneur abgewälzt und Social Enterprise als die Organisation bezeichnet, der sich ein Social Entrepreneur zur Erreichung seiner Ziele bedient.²⁰ Viele Autoren, die den

13 Dees (2001), S. 1; Mair et al. (2006a), S. 1.

14 Vgl. Cho (2006), S. 35.

15 Vgl. Austin (2006), S. 23; Cho (2006), S. 36f.

16 Vgl. Nicholls (2006), S. 10.

17 Zum Vergleich: Die Suche nur nach dem Wort Entrepreneurship erzielt insgesamt 26 Mio. Treffer.

18 Vgl. <http://germany.ashoka.org>.

19 Vgl. Dart (2004), S. 413.

20 Vgl. Mort et al. (2003), S. 76.

Begriff Social Enterprise verwenden, verstehen darunter, wie in Abbildung 1 dargestellt, ein Unternehmen bzw. eine Organisation mit primär sozialen Zielen, die Einkommen erzielt, aber keinen Gewinn erwirtschaftet oder zumindest keine Gewinne an die Anteilseigner ausschüttet, sondern diese wieder reinvestiert.²¹ Uneinheitlich wird definiert, wie hoch im Vergleich zu den Kosten das eigene Einkommen sein muss.²²

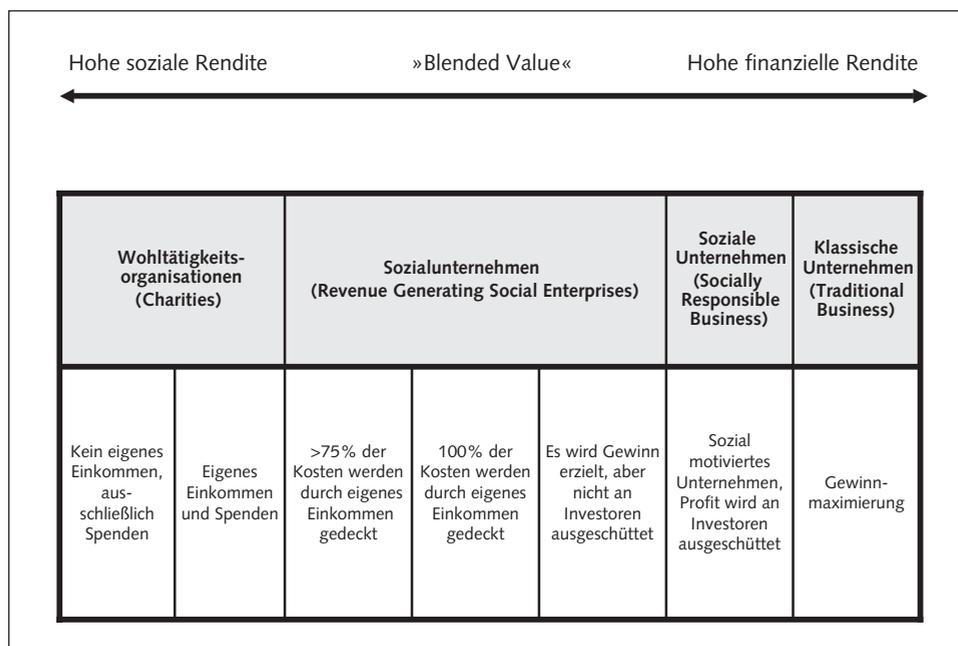


Abb. 1: Abgrenzung von Organisationsformen²³

Wie schwierig die Klassifizierung als Social Enterprise in der Praxis ist, zeigt das Beispiel von justgiving, einem an der vermittelten Spendensumme gemessen erfolgreichen For-Profit-Spendenportal, und CAFonline, einem weniger erfolgreichen Non-Profit-Spendenportal.²⁴ CAFonline bietet anders als justgiving neben der Spendenvermittlung auch noch eine ganze Reihe weiterer Informationen und Dienste an. Während bei CAFonline vermutlich bei der Einstufung als Social Enterprise niemand widersprechen würde, wird dies bei justgiving umstritten sein.²⁵ Stellt man rein auf die Organisationsform und die Ziele der Eigentümer für Klassifizierung der Organisation ab, ist der Fall denkbar, dass das For-Profit-Unternehmen, welches rein an der finanziellen Rendite interessiert ist, eine höhere soziale Rendite erwirtschaftet als das ausschließlich auf die soziale Rendite ausgerichtete Social Enterprise. Auch aus Investorensicht wirft dieser Fall interessante

21 Vgl. u. a. Thompson/Boherty (2006) 362; DTI (2003), S. 6.

22 Vgl. für eine Übersicht der Definitionen Alter (2004), S. 5f.

23 John (2006), S. 9.

24 Vgl. www.justgiving.com; www.cafonline.org.

25 Vgl. Schwartz (2006).

Fragen auf, denn die klassische Spendenfinanzierung ist hier mitunter nicht die effektivste Form der Unterstützung. Solche Überlegungen haben vermutlich die Gründer von Google dazu bewogen, neue Wege zu gehen und statt einer steuerbegünstigten Stiftung den größten Teil der philanthropischen Aktivitäten über eine For-Profit-Organisation zu verfolgen.²⁶

In diesem Buch wird als Social Enterprise, Social Venture oder Sozialunternehmen als Übersetzung der Einfachheit halber jede Organisation bezeichnet, deren primäres Ziel gesellschaftlicher Wandel ist und die sich unternehmerischer Ansätze bedient. Somit bilden die Begriffe das Pendant auf der Organisationsseite zu der Definition eines Social Entrepreneurs.

Die Einkommenserzielung wird, wie in Abbildung 1 dargestellt, für die Definition eines Social Enterprise herangezogen. In der Literatur wird ihre Bedeutung äußerst kontrovers diskutiert, denn es besteht Uneinigkeit bezüglich ihrer definitorischen Rolle.²⁷ Eine Gruppe sieht in ihr das entscheidende Merkmal für Social Entrepreneurship.²⁸ Eine andere wiederum definiert Social Entrepreneurship, ohne die Einkommensgenerierung mit einzubeziehen, dazu gehören auch die bereits angeführten Definitionen von Dees und Drayton.²⁹

Auch dieses Buch folgt dieser Definition. Nach Meinung der Verfasser ist nicht entscheidend, wer das Produkt oder die Dienstleistung bezahlt, sondern wie sie erbracht wird. Wenn man davon ausgeht, dass es unter gewissen Umständen einen Trade-off zwischen finanzieller und sozialer Rendite gibt, bedeutet die Einkommensgenerierung mitunter sogar den Verzicht auf soziale Rendite. Hier wird die Problematik des Einkommens als Voraussetzung für die Klassifizierung als Social Entrepreneur deutlich. Nach der dem Buch zu Grunde liegenden Definition strebt der Social Entrepreneur Einkommen genau dann an, wenn es seinem Ziel dient. Gründe können beispielsweise der Mangel an Finanzierungsalternativen sein (ohne Einkommen könnte er sein Ziel nicht verfolgen) oder die Tatsache, dass der Verkauf von Produkten, wie im Fall von Fair-Trade, selbst das Ziel der Aktivität ist.

Es ist durchaus denkbar und es lassen sich auch in der Praxis Beispiele gewinnorientierter arbeitender Social Entrepreneurs finden, die gleichzeitig primär soziale Ziele verfolgen. Gründe dafür sind: hoher Anreiz zur Effizienz und Innovation, größere potenzielle Investorengemeinde, schnelle Reaktion auf Nachfrageänderungen und besserer Zugang zu hoch qualifiziertem Personal.³⁰ Aus zweierlei Gründen bilden solche Social Entrepreneurs trotz dieser Vorteile die kleinere Gruppe. Zum einen wird es für Social Entrepreneurs keine Notwendigkeit geben, in einen Markt einzutreten, wenn auch rein gewinnorientierte Unternehmer im Markt aktiv sind und das soziale Problem – wenn auch nicht primär beabsichtigt – lösen. Zum anderen wird auf die Organisation beim Verfolgen zweier Ziele (finanzielle und soziale) von den Interessensgruppen aus unterschiedlichen Richtungen Druck ausgeübt. Während ein Teil der Stakeholder die finanzielle Rendite zu Gunsten

26 Vgl. Hafner (2006).

27 Vgl. Anderson/Dees (2006), S. 145.

28 Vgl. Boschee/McClurg (2003), S. 2.

29 Vgl. Anderson/Dees (2006).

30 Vgl. Dees/Anderson (2004); Gair (2005). Vgl. zum Personalproblem auch: Economist (2006), S. 16; Schwartz (2006).

der sozialen absenken will, streben andere Stakeholder genau das Gegenteil an. Im schlimmsten Fall lähmt dies die operative Kraft des Social Entrepreneurs.

1.1.3 Umfeld von Social Entrepreneurship

Social Entrepreneurship kann in der Regel dem Dritten Sektor zugerechnet werden. Als Dritter Sektor wird all das bezeichnet, was weder freier, profitorientierter Markt noch Staatssektor ist. In diesem Buch werden von den Autoren einige Begriffe synonym für Dritter Sektor verwendet; englische und deutsche Beispiele sind: Non-Profit-Sector, Civil Society, Third Sector, Social Economy, Non-Governmental-Sector, Charitable Sector, Gemeinnützigkeitssektor, Zivilgesellschaft, Sozialwirtschaft, Nicht-Regierungs-Sektor, Wohltätigkeitssektor. Dieser Sektor hat in den letzten Jahrzehnten einen enormen Bedeutungszuwachs erfahren, wie im Folgenden dargestellt wird.

1.1.3.1 Globale Entwicklung

In seinem Buch »How to Change the World – Social Entrepreneurs and the Power of New Ideas« zeigt Bornstein, dass das Engagement von Menschen zu Gunsten der Gemeinschaft und Umwelt in den letzten Jahrzehnten erheblich gestiegen ist.³¹ Er hat zur Entwicklung des Dritten Sektors Zahlen zusammengetragen, die eine klare Sprache sprechen. Beispielsweise gab es in Indonesien vor zwanzig Jahren eine einzige unabhängige Umweltorganisation, heute sind es bereits mehr als 2000. In den USA wuchs die Anzahl der »public service groups« von 1989 bis 1998 von 464.000 auf 734.000.³²

Drayton schildert in einem Beitrag, dass die Wirtschaft seit Anfang des 18. Jahrhunderts exponentiell wächst, während sie vorher seit dem antiken Rom stagniert hat. Er sieht den Grund für das Wachstum in der Verbreitung von Entrepreneurship und Wettbewerb. In der gleichen Zeit – vor allem im ersten Teil des 20. Jahrhunderts – fristete der Dritte Sektor ein Schattendasein, da mit zunehmenden Steuereinnahmen auch die Sozialausgaben stiegen und viele Probleme finanziell gelöst wurden. Die Produktivitätslücke zwischen Markt und Drittem Sektor vergrößerte sich und zunehmend blieben gesellschaftliche Probleme ungelöst. Seit etwa 1980 wendet sich das Blatt, auch der Dritte Sektor wird verstärkt unternehmerisch und wettbewerbsorientiert und rückt ins öffentliche Interesse. Seitdem hat sich die Produktivitätslücke bereits deutlich verkleinert; Drayton schätzt, dass sie sich etwa alle 10 bis 12 Jahre halbiert.³³

Als Teil dieser Entwicklung hat Social Entrepreneurship in den letzten Jahren an Bedeutung und damit einhergehend stark an öffentlicher Aufmerksamkeit gewonnen. Dies ist darauf zurückzuführen, dass – wie eingangs bereits erwähnt – Social Entrepre-

31 Bornstein (2004). Der deutsche Buchtitel lautet: »Die Welt verändern – Social Entrepreneurs und die Kraft neuer Ideen«.

32 Vgl. Bornstein (2004), S. 4.

33 Vgl. Drayton (2006), S. 46 f.; OECD (2003), S. 32 ff.

neurs nun als eine Gruppe wahrgenommen werden, die den Nachweis erbracht hat, dass sie in der Lage ist, nachhaltig gesellschaftliche Probleme zu lösen.

Neben Ashoka haben einige weitere große Institutionen wesentlich dazu beigetragen, dass Social Entrepreneurship heute eine solch große Aufmerksamkeit genießt. Die Schwab Foundation for Social Entrepreneurship, im Jahr 1998 von Klaus Schwab und seiner Frau Hilde Schwab gegründet, wählt in vielen Ländern jeweils einen Social Entrepreneur des Jahres. Anders als Ashoka liegt die Kernkompetenz der Stiftung weniger darin, Social Entrepreneurs in einem frühen Stadium zu identifizieren, vielmehr gelingt es der Schwab Foundation, mediale Aufmerksamkeit auf die führenden Social Entrepreneurs zu lenken. Ganz entscheidend ist neben den eigenen Tagungen für Social Entrepreneurs die Vernetzungsmöglichkeit, die sie ihnen über das World Economic Forum bietet, zu dem sie eingeladen werden.

Jeff Skoll, einer der ersten Mitarbeiter von ebay und über Firmenanteile zu Vermögen gekommen, hat das Skoll Center for Social Entrepreneurship an der Oxford Universität gegründet. Es wählt Social Entrepreneurs in ein Netzwerk, fördert die Forschung und Lehre und veranstaltet das jährlich stattfindende Skoll World Forum on Social Entrepreneurship, so etwas wie das World Economic Forum im Social-Entrepreneurship-Sektor.

Auch die bekannten MBA-Schulen in den USA und mittlerweile auch in Europa haben das Thema Social Entrepreneurship entdeckt und bieten zunehmend Kurse zu diesem Themenbereich an. Es ist bei Studenten beliebt und den meisten Eliteuniabsolventen ist das Thema vertraut. Sie sind wichtige Multiplikatoren und helfen den Austausch zwischen Wirtschaft und Drittem Sektor zu fördern.

Das Augenmerk der Suche nach Social Entrepreneurs galt zunächst Zweite- und Dritte-Welt-Ländern. Ein wesentlicher Grund sind die – trotz aller Kritik – recht effektiven staatlichen Sozialleistungen der westlichen Welt. So sind gesellschaftliche Probleme hier um ein Vielfaches kleiner als in Zweite- und Dritte-Welt-Ländern. Zudem sind die Entwicklungsmöglichkeiten für Social Entrepreneurs in entwickelten Ländern auch dadurch eingeschränkt, dass viele Bereiche reguliert sind und der Staat private Angebote im sozialen Bereich nicht zulässt. Die Abwesenheit von Sozialleistungen und entsprechender Regulierung in unterentwickelten Ländern hat dazu geführt, dass sich Social Entrepreneurship dort deutlich umfangreicher entwickeln konnte, wie die schiere Größe einiger Social Enterprises belegt.³⁴

Vermutlich früher als jedes andere Land hat der englische Staat die Kraft des Social Entrepreneurship erkannt und sich dessen Förderung auf die Fahnen geschrieben.³⁵ Beispielsweise wurde bereits 1996 das Millennium Award Scheme aufgesetzt, das erste staatliche Programm, das Spenden an Personen vergibt, damit diese ihre gemeinnützige Idee verwirklichen können. Die Spenden vergibt mittlerweile UnLtd, die dazu aus den Einnahmen der staatlichen Lotterie mit einem 100 Mio. Pfund Kapitalstock ausgestattet

34 Beispiele sind Fazle Hasan Abeds Bangladesh Rural Advancement Committee (BRAC) mit fast 100.000 Mitarbeitern, Muhammad Yunus' Grameen Bank mit 17.000 Mitarbeitern, Rodrigo Baggios »Komitee zur Demokratisierung der Informationstechnologie« (CDI) mit über 800 Computerschulen für benachteiligte Kinder, David Greens Aurolab, das mittlerweile pro Jahr 600.000 Linsen für Katarakt-Operationen herstellt, Jeroo Billimorias Childline mit der sie bereits über 4.5 Mio. Kinder erreicht hat.

35 Vgl. Harding (2006), S. 16; Mulgan (2006), S. 74.

wurden und aus Kapitalverzinsung die Spenden finanzieren.³⁶ Im Jahr 2005 wurde eine neue, speziell auf Social Enterprises zugeschnittene Rechtsform geschaffen: die Community Interest Company (CIC). Es handelt sich um eine Kapitalgesellschaft, vergleichbar einer GmbH oder AG, mit zusätzlichen Vorgaben. Ein so genannter Asset Lock soll verhindern, dass das Vermögen übertragen wird und somit nicht der »Community« zu Gute kommt. Folglich dürfen auch Dividenden und Zinsen nur bis zu einer bestimmten Höhe ausgeschüttet werden. Externe Kapitaleinlagen, sei es in Form von Eigenkapital, Fremdkapital oder Spenden sind allerdings nicht steuerlich abzugsfähig. Bisher haben 780 Organisationen auf diese Rechtsform zurückgegriffen.³⁷

1.1.3.2 Deutschland

Das bisher weltweit umfangreichste Projekt zur Erfassung des Dritten Sektors ist das John Hopkins Comparative Nonprofit Sector Project.³⁸ Den Berechnungen zufolge betrug die Beschäftigung im Dritten Sektor in Deutschland 1990 eine Mio. Vollzeitstellen, das entspricht 3,7 % der volkswirtschaftlichen Gesamtbeschäftigung. Zwischen 1970 und 1990 hatte sich die Beschäftigungszahl im Dritten Sektor fast verdoppelt.³⁹ Für den Zeitraum 1997 bis 2005 weist das Institut der deutschen Wirtschaft ein Beschäftigungswachstum von 16 % im Dritten Sektor aus, verglichen mit 4 % Gesamtbeschäftigungswachstums. Demzufolge beschäftigte der Sektor 1997 7,7 Mio. Menschen und im Jahr 2005 bereits fast 9 Mio. Erwerbstätige, das entspricht 23 % der Gesamterwerbstätigen. Der Sektor erzielte 11,5 % der gesamten deutschen Wirtschaftsleistung.⁴⁰ Auch der größte deutsche Arbeitgeber ist nicht etwa ein Industrieunternehmen, sondern die Caritas mit 482.000 Mitarbeitern.⁴¹ Der bereits dargestellte globale Trend des enormen Bedeutungswachstums des Dritten Sektors trifft also auch für Deutschland zu.

Die Größe und das Wachstum des Dritten Sektors in Deutschland können Social Entrepreneurs ermutigen. Allerdings gibt es gerade in Deutschland einige Faktoren, welche die Entfaltungsmöglichkeiten von Social Entrepreneurship in Frage stellen. Einen hemmenden Einfluss auf die Entwicklung hat die deutsche Mentalität, dass Staat und Kirchen für Soziales zuständig sind. Hervorgerufen wird diese Mentalität zum einen durch das ausgeprägte staatliche Sozialsystem, das in Deutschland bereits von Bismarck eingeführt wurde und somit eine längere Tradition hat als in anderen Ländern, und zum anderen

36 Vgl. www.unltd.org.uk.

37 Vgl. www.cicregulator.gov.uk.

38 Vgl. Anheier et al. (1998), S. 19.

39 Vgl. Anheier (1998), S. 33, 45.

40 Vgl. Kowalski (2006), S. 147. Die Daten des John Hopkins Projekts und des Instituts der deutschen Wirtschaft lassen sich nicht direkt vergleichen, da es keine einheitliche Definition des Dritten Sektors gibt und auch das Statistische Bundesamt keine Daten zur Verfügung stellt; vgl. zu unterschiedlichen Definitionen Kraus/Stegaescu (2002), S. 5 ff. Die United Nations schlagen vor, den Non-Profit-Sektor besser in der volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung darzustellen, es wurde dazu auch ein »Handbook on Non-Profit-Institutions in the System of National Accounts« verfasst, dieser Vorschlag wurde in Deutschland aber bisher nicht umgesetzt; vgl. United Nations (2003).

41 Kowalski (2006), S. 147.

durch die faktisch staatliche Finanzierung der Kirchen über die Kirchensteuer.⁴² Steuern sind Spenden für soziale Zwecke, so die Wahrnehmung vieler. Hinzu kommt, dass im internationalen Vergleich Unternehmertum in Deutschland nicht sehr ausgeprägt und mit einem negativen Image belastet ist.⁴³ Beide Aspekte spiegeln sich wieder in der häufig geäußerten Kritik der »Verwirtschaftlichung des sozialen Sektors«. Da Social Entrepreneurs definitionsgemäß unternehmerische Ansätze verwenden, sehen auch sie sich dieser Kritik ausgesetzt.⁴⁴

Die ausgeprägten sozialen Aktivitäten des Staates in Deutschland führen auch dazu, dass Social Entrepreneurs in Konkurrenzsituationen mit staatlichen Leistungserbringern geraten. Diese lassen sich ungern vor Augen führen, dass andere die Leistung deutlich effizienter erbringen und verhalten sich – verständlicherweise – wenig kooperativ bis hin zu konfrontativ, um die eigene Existenz nicht zu gefährden. Das ist aus Sicht der Institutionen rational, Anbieter auf dem freien Markt reagieren in gleicher Weise auf Konkurrenz. Der Unterschied liegt in der oft monopolistischen Macht der staatlichen Leistungserbringer auf lokaler Ebene.

Während die lokalen staatlichen sozialen Leistungserbringer Konkurrenz durch Social Entrepreneurs häufig ablehnend gegenüber stehen, ergibt sich auf höchster politischer Ebene ein differenzierteres Bild. Hier ist man nicht von den lokalen Auswirkungen betroffen und mehr am Ergebnis interessiert, so dass Social Entrepreneurship als Chance gesehen werden kann, die sinkenden Ausgaben für Sozialleistungen durch eine höhere Produktivität des Dritten Sektors zu kompensieren. Staatliche Förderung von Social Entrepreneurship würde bedeuten, dass sich der Staat aus einigen Bereichen der Leistungserbringung auf die Finanzierung der Leistungen zurückzieht.⁴⁵ Das zahlenmäßige Wachstum von Dritter-Sektor-Organisationen wird dazu führen, dass der Staat zwischen verschiedenen privaten Organisationen auswählen kann. Dies führt zu einem Wettbewerb in vormals statischen Bereichen, wodurch nur solche Organisationen überleben, die Ressourcen effizient einsetzen.⁴⁶

Die Entwicklung der letzten Jahre zeigt, dass sich die anfänglich starke Skepsis gegenüber Social Entrepreneurship in Deutschland legt. Dazu beigetragen haben vor allen Dingen praktische Beispiele beeindruckender Social Entrepreneurs in Deutschland. Ashoka hat im Jahr 2006 sechs deutsche Fellows in ihr Netzwerk aufgenommen und geht auch für das Jahr 2007 von der Aufnahme ähnlich vieler Fellows aus. BonVenture hat seit der Aufnahme der Geschäftstätigkeit im Jahr 2004 in vier Social Enterprises gewinnorientiert, also mit Eigenkapital oder Darlehen investiert, an drei Organisationen Spenden vergeben und weitere zwei Organisationen mit Netzwerk und Beratung unterstützt. Für die Zukunft geht BonVenture pro Jahr von zwei Projekten, die mit Eigenkapital und Darlehen und von zwei Projekten, die mit Spenden unterstützt werden, also

42 Vgl. Linklaters (2006), S. 23; Anheier (1998), S. 51.

43 Vgl. Sternberg et al. (2005), S. 65.

44 Vgl. zum Sonderfall Deutschland auch Achleitner (2007a), 65f.

45 Auch heute greift der Staat bereits umfangreich auf Non-Profit-Organisationen, insbesondere die großen Wohlfahrtsverbände, bei der Leistungserbringung zurück, übernimmt aber weiterhin die Finanzierung. 1990 wurden in den alten Bundesländern etwa 2/3 der Ausgaben der Non-Profit-Organisationen durch den Staat gedeckt; vgl. Anheier (1998), S. 55.

46 Vgl. Achleitner (2007b).