

Sozialunternehmen als Lösung unserer sozialen und ökologischen Herausforderungen?

Verfasser: Samuel Halter

Vortrag: Prof. Dr. Eva Jakob

Kurzbeschreibung:

Eine Suchmaschine, die Bäume pflanzt oder blinde Tastuntersucherinnen, die bei der Brustkrebsfrüherkennung unterstützen – In Deutschland und weltweit gibt es eine wachsende Community an Gründer*innen, die sich als Sozialunternehmer*innen bezeichnen und sich für die Lösung gesellschaftlicher Herausforderungen einsetzen. Was macht Sozialunternehmer*innen und Sozialunternehmen aus? Was können sie gestalten und was sind Herausforderungen? Was können wir von Sozialunternehmer*innen lernen? Welche Angebote können Sie in Bayreuth und Umgebung nutzen, um selbst soziale und ökologische Herausforderungen durch sozialunternehmerisches Handeln anzugehen?

Zusammenfassung:

Sozialunternehmen nehmen gesellschaftliche Herausforderungen als Ausgangspunkt und nutzen unternehmerische Methoden, um innovative Lösungen zu finden. Dabei kann sowohl eine neue Organisation geschaffen wie auch eine bestehende transformiert werden. Der Begriff Social Entrepreneurship beschreibt diesen Prozess und einige umfasst einige zentrale Elemente die nachfolgend vorgestellt werden. Ersten versuchen Sozialunternehmen ihren gesellschaftlichen Beitrag mit wirtschaftlichem Erfolg zu verknüpfen. Dafür erweitern sie ihr Wirkungsmodell. Zusätzlich zu finanziellen Kennzahlen wird der soziale und ökologische Outcome in der Zielgruppe des Produkts oder der Dienstleistung gemessen. Wurde beispielsweise nachhaltiges Verhalten gefördert oder hat sich die Lebenslage der Konsument:innen verändert? Ebenfalls soll mit dem Impact die Wirkung in der Gesellschaft festgestellt werden. Eine aussagekräftige Wirkungsmessung ist gleichzeitig die derzeit größte Herausforderung für Sozialunternehmen. Ebenfalls ergeben sich für Sozialunternehmer:innen oft Zielkonflikte zwischen der Gesellschafts-Orientierung und dem konventionellen Business-Denken. Ein zweites Merkmal dieser Unternehmensphilosophie ist der direkte Einbezug von Benachteiligten, was Mensch und Natur umfasst, in die Wertschöpfungskette. So werden beispielsweise sehbehinderte Menschen ausgebildet, Brustkrebs in einem frühen Stadium zu ertasten. Diese werden somit selbst zur Wertschöpfung ermächtigt. Die Wirkungsempfänger:innen von Sozialunternehmen sind größtenteils Gruppen, die von konventionellen Unternehmen nur unzureichend angesprochen werden, beispielsweise Kinder und Jugendliche sowie Frauen und Migrant:innen. Drittens finanzieren sich Sozialunternehmen zu rund 40% über Förderungen der öffentlichen Hand und werden stark unterstützt durch ehrenamtliche Tätigkeiten und Spenden. Nichtsdestotrotz erzielen sie einen wichtigen Teil ihrer Einnahmen durch den Handel mit Unternehmen und Privatpersonen. Die häufigste Rechtsform ist die GmbH und die gemeinnützige gGmbH gefolgt vom gemeinnützig eingetragenen Verein (e.V.). Das Konzept des Verantwortungseigentums, welches die gesellschaftliche Mission des Unternehmens langfristig sicherstellen soll, wird ebenfalls häufig gewählt. Als vierter und letzter Punkt sind die Konsequenzen des Scheiterns von Sozialunternehmen oft grösser, da der gesellschaftliche Mehrwert nicht ohne Weiteres von anderen Unternehmen geschaffen wird und dies oft eine Lücke hinterlässt, insbesondere wenn Benachteiligte in die Wertschöpfung eingebunden sind. Bezüglich des langfristigen Bestehens von Sozialunternehmen zeigt die Forschung, dass die Bereitschaft, soziale und ökologische Probleme zu lösen alleine nicht ausreicht, sondern weitere Kompetenzen vorhanden sein müssen, wie die Fähigkeit Stakeholder zu überzeugen

und das Marktumfeld zu verstehen. Es ist deshalb zentral, sensibilisierte und engagierte zukünftige Sozialunternehmer:innen entsprechend auszubilden und ihnen die unternehmerischen Kompetenzen zu vermitteln.