

FINANZIERUNG UND FÖRDERUNG FÜR SOCIAL ENTREPRENEURSHIP IN DEUTSCHLAND

14.08.2019

Über 60% der Social Enterprises in Deutschland sagen, dass eines der Haupthindernisse für das Wachstum ihrer Unternehmen der eingeschränkte Zugang zu Finanzierung ist.¹ Die Herausforderung einer schwierigeren Finanzierung unterstreichen auch die Ergebnisse der Publikation Social Entrepreneurs in Deutschland: Raus aus der Nische – 154.000 junge Sozialunternehmer im Jahr 2017 von KfW-Research. Während der Zugang zu Finanzierung von 26% der Sozialunternehmer*innen als Hemmnis genannt wird, sind dies bei der Vergleichsgruppe anderer Gründer*innen lediglich 16%.² Es stellt sich also die Frage, wie eine Förder- und Finanzierungslandschaft aussehen kann, die mittelfristig zu einem stabilen

Wachstum des gesamten Social Enterprise Sektors führt und was konkret jede*r einzelne Akteur*in dafür tun kann, um die Rahmenbedingungen hierfür zu schaffen.

SEND bringt gemeinsam mit der KfW Stiftung den Sektor zusammen

In der ersten Jahreshälfte 2019 hat das Social Entrepreneurship Netzwerk Deutschland (SEND) zusammen mit der KfW Stiftung einen Stakeholder Dialog ins Leben gerufen, um akteurs-übergreifend mit Förderbanken, Impact Investoren, Stiftungen, Crowdfunding Plattformen, Ministerien, sowie Social Entrepreneurs gemeinsame Lösungen für eine verbesserte Förder- und Finanzierungslandschaft zu erarbeiten. Dabei wurden insgesamt 12 Forderungen und Lösungsansätze formuliert, die für eine verbesserte sektor- und phasenübergreifende Finanzierung dringend notwendig sind.

WAS ES BRAUCHT!

1. Mehr Vernetzung zwischen Sozialunternehmen, Förderern & Investoren

Der Sektor aber auch die öffentliche Hand sollten sich dafür einsetzen, dass weitere Möglichkeiten zum Austausch zwischen Social Entrepreneurs und Förderern bzw. Finanzierungspartnern geschaffen werden. Ähnlich wie im klassischen Startup Bereich braucht es Pitch-Veranstaltungen und regelmäßige Stakeholder Treffen.

¹ [Deutscher Social Entrepreneurship Monitor](#) (2018), SEND e.V.

² Metzger, G. (2018), ["Social Entrepreneurs in Deutschland: Raus aus der Nische – 154.000 „junge“ Sozialunternehmer im Jahr 2017"](#), KfW Research, Nr. 238, 6. Januar 2019

2. Konkrete & flächendeckende Beratungsangebote

Neben den bisher bestehenden Weiterbildungs-Programmen bei Acceleratoren und in lokalen Co-Working Spaces, empfiehlt es sich ferner in die Weiterbildung von Social Entrepreneurs zu investieren. Insbesondere in den Bereichen Finanzen, Buchhaltung und Wirkungsmessung sollte Weiterbildung angeboten werden.

Ähnlich zu den Strukturen der klassischen Gründungsberatung empfiehlt es sich eine Struktur für die Beratung von Social Enterprises aufzubauen, die zu verschiedenen Themen Ansprechpartner*innen und Expert*innen zur Verfügung stellt. Hier müssen bestehende Beratungsangebote (z.B. Wirtschaftsförderung, IHKs) nicht unbedingt substituiert werden, sondern nur um jene Punkte, die speziell für Social Enterprises relevant sind (z.B. Social-Business Konzepte, Förder- und Finanzierungsmethoden, Wirkungsmessung, Hybride-Gesellschaftsformen), erweitert werden.

Neben geförderten Workshops in den Regionen sollte eine Ausweitung der Beratungsförderung auf Bundes- und Landesebene gezielt für Social Entrepreneurs vorangetrieben werden.

3. Einheitliche Standards & Anforderungen bei der Antragstellung für Förderungen

Um Anträge und Prozesse zwischen unterschiedlichen Förder- und Finanzierungsinstitutionen zu standardisieren würde es helfen, wenn alle in dem Feld aktiven Institutionen einheitliche Anforderungen im Antragsverfahren einführen. Dies betrifft insbesondere die Anforderungen in Bezug auf Wirkungsorientierung & Controlling aber auch zu Finanzkennzahlen.

Dazu soll eine gemeinsame Arbeitsgruppe aus Förderbanken, SEND, Bundesinitiative Impact Investing, Bundesverband Deutscher Stiftungen und Vertretern des Crowdfunding-Sektors aufgebaut werden, die gemeinsam konkrete Umsetzungsvorschläge erarbeitet.

4. Eigene Rechtsform für Sozialunternehmen

Es besteht weiterhin die Forderung nach einer eigenen Rechtsform für Social Entrepreneurs, um auf diese Weise komplizierten rechtlichen Fragestellungen aus dem Weg zu gehen und die Finanzierungsbedingungen durch klare Verhältnisse zu verbessern. Im ersten Schritt braucht es dafür eine Definition für Sozialunternehmertum in Deutschland mit klaren Kriterien. Hierzu wird SEND noch in diesem Jahr einen ersten Vorschlag unterbreiten.

Basierend auf dieser Definition sollte an einer eigenen Rechtsform gearbeitet werden. Vorbilder gibt es bereits. Großbritannien hat 2005 die Community Interest Company eingeführt. Es handelt sich hierbei um eine Rechtsform für Unternehmen, die ihre Gewinne und Vermögen zugunsten der Allgemeinheit einsetzen wollen, aber nicht im klassischen Sinne gemeinwohlorientiert sind. Mittlerweile gibt es 12.000 dieser Community Interest Companies in Großbritannien. Auch Kanada hat den Schritt gewagt und 2013 die sogenannte *Community Contribution Corporation* eingeführt. Diese Rechtsform ermöglicht gewinnorientiertes Wirtschaften und zieht gleichzeitig soziale Investitionen an, da die Verwendung der Erlöse reguliert ist. Lediglich 40% der jährlichen Überschüsse dürfen an Shareholder fließen. Die anderen 60% müssen dem sozialen Zweck des Unternehmens oder gemeinnützigen Zwecken dienen.

Das Social Entrepreneurship Netzwerk Deutschland unterstützt hierzu den [Rechtsformvorschlag der Purpose Stiftung](#).

5. Ein Matchingfonds für Impact Investing

Analog zu Instrumenten wie denen von [KfW-Capital](#) sollte ein eigener Matchingfonds für Impact Investing aufgesetzt werden. Gleiches gilt für die Beteiligungsgesellschaften der Landesförderbanken. Durch eine Übertragung von Modellen wie z.B. Big Society Capital könnte der Aufbau solcher Matchingfonds neutral für den Steuerzahler erfolgen.

Es besteht Bedarf nach Fonds, die u.a. folgende Spezifika aufweisen:

- Kleine Ticketgrößen ab 50.000 €: Ein (Matching-)Fonds, der auch in Ticketgrößen unter 400.000 € und somit unter den zwei größten deutschen Impact Investing Fonds Deutschlands, BonVenture und Ananda Ventures, investieren kann.
- Thematische Schwerpunkte: Fonds, die thematische Schwerpunkte setzen (wie z.B. Pflege, Inklusion, Jugendarbeit), würden es klassischen Institutionen wie der freien Wohlfahrt erleichtern sich als Impact Investor ins Spiel zu bringen.
- Schaffung von wirkungsorientierten Investitionsvehikeln (z.B. sozialer Staatsfonds), die nach dem Vorbild großer Endowments aufgesetzt werden und eine breite (demokratisierte) Beteiligung privater Anleger möglich macht, gegebenenfalls mit Ausfallgarantien.

Das Prinzip vom britischen Big Society Capital - also das Nutzen von nachrichtenlosen Bankkonten für sozial-innovative Zwecke - sollte auf deutsche Gegebenheiten transferiert werden. Dazu liegt ein ausführliches Konzept vor, das wir auf Nachfrage gerne verschicken.

6. Schaffung von steuerlichen Anreizen für Impact Investments

Gemeinnützige Investoren benötigen Anreize, ihre Vermögensanlage wirkungsorientiert bzw. ohne Konflikte mit den jeweiligen Zwecken der Abgabenordnung auszurichten.

7. Öffentliche Förderungen für frühphasige Sozialunternehmen

Es braucht einen starken Fokus auf die Entwicklung zusätzlicher Maßnahmen zur Identifikation, Rating und Frühphasenförderung für Sozialunternehmen auf dem Weg zur Investitionsreife. Hierbei spielt die Öffnung relevanter Programme für Sozialunternehmen bei den Landesförderbanken eine wichtige Rolle.

8. Stiftungsförderungen für frühphasige Sozialunternehmen

Neben öffentlichen Förderbanken spielen auch Stiftungen eine wichtige Rolle in der Förderung von frühphasigen Sozialunternehmen. Daher sollte es Stiftungen erleichtert werden sich in die Startphase einzubringen. Hier könnte z.B. bei Programmen wie dem Berliner Startup Stipendium der Eigenanteil über Stiftungen eingebracht werden.

9. Stärken etablierter Finanzierungsinstrumente mit Crowdfunding kombinieren

Crowdfunding macht die Mehrwerte der Digitalisierung für die Gründungsförderung nutzbar. Entgegen anderer Länder in Europa werden diese Stärken aber bislang noch nicht in den Instrumenten der öffentlichen Gründungsförderung berücksichtigt. Um dies zu ändern könnte für eine erfolgreiche Gründungsfinanzierung über reward-based Crowdfunding die Umsatzsteuer erlassen werden. Im Bereich equity-based Crowdfunding bietet eine Weiterentwicklung der

Rahmenbedingungen für digital-globale Genossenschaften und ein damit verbundener Matchingfonds großes Potenzial für eine Plattformökonomie im Einklang mit unseren Werten einer Sozialen Marktwirtschaft. Obwohl wir in Deutschland nur 10 Millionen Aktionäre und 20 Millionen Genossen haben, wurden solche Instrumente durch die öffentliche Hand bislang lediglich für Startups mit einem Fokus auf ersteres Modell eingerichtet. Konkrete Handlungsempfehlungen leiten wir auf Nachfrage gern weiter.

10. Mehr bedarfsorientierte Impact Investments

Impact Investoren sei ans Herz gelegt Ihre Angebote mehr auf die Bedarfe der Social Entrepreneurs auszurichten. So fehlt es beispielsweise an Angeboten, die Investments mit einer Förderung verbinden, oder die den Ausbau des wirtschaftlichen Geschäftsbetriebs in einem gemeinnützigen Verein finanzieren.

11. Ansprechpartner für Impact Investing in der Bundesregierung

Um Sozialunternehmen einen höheren politischen Stellenwert zu geben, sollte die Bundesregierung einen Ansprechpartner für das Thema Impact Investing benennen. Des Weiteren sollte ein entsprechender Unterausschuss oder eine Kommission des Deutschen Bundestags eingerichtet werden.

12. Eine Plattform für mehr Transparenz

Es empfiehlt sich das Thema Transparenz in Bezug auf Finanzierung konkret anzugehen. Denn wie eingangs erwähnt, ist die Intransparenz des Marktes und die zur Verfügung stehenden Investmentvehikel eines der Hindernisse für junge Social Entrepreneurs. Sie wissen nicht woher Sie passende Kredite bekommen können, wer Ihnen nicht nur Projektgelder, sondern auch Working Capital bereitstellen kann und wer Ihnen generell kurzfristige Finanzierungsmöglichkeiten offeriert.

Ein erster Schritt zu mehr Transparenz ist die Digitale Broschüre [Finanzierungs- und Förderinstrumente für Social Entrepreneurship](#), die Förderer und Finanzierungspartner für den Sektor öffentlich macht. Die Broschüre wird anhand [dieser Umfrage](#) laufend aktualisiert.

An vielen dieser Punkte wird bereits konkret gearbeitet, aber es braucht noch viele weitere Akteure, die daran mitwirken. Für Ideen, Anregungen und konkrete Mitarbeit sind wir offen und dankbar.

Autoren: Julia Oestreich - Wider Sense
Adrian Fuchs - FASE

Kontakt: Katrin Elsemann
Social Entrepreneurship Netzwerk Deutschland e. V.
c/o Bundesverband Deutsche Startups e. V.
im Haus der Bundespressekonferenz
Schiffbauerdamm 40
10117 Berlin

Telefonnummer: 030-64477658
katrin.elsemann@send-ev.de
www.send-ev.de