

# Social Entrepreneurship: Nachhaltige Wertschöpfung und gesellschaftliche Innovation

Nicht erst die Corona-Pandemie zeigt, dass ein “Weiter so!” unserer Art zu Wirtschaften und Verständnis von Wertschöpfung nicht hilft, die großen gesellschaftlichen Herausforderungen unserer Zeit zu überwinden. Klimakrise, Demografischer Wandel, globale Migration, eine zunehmende soziale Ungleichheit – das sind nur einige der Themen, die heute und in den kommenden Jahren unser aller Gestaltungskraft brauchen.

Sozialunternehmer:innen – oder Social Entrepreneurs – entwickeln **innovative Lösungsansätze für gesellschaftliche Herausforderungen.**

Definition (SEND): Das primäre Ziel von Social Entrepreneurship ist die Lösung gesellschaftlicher Herausforderungen. Dies wird durch kontinuierliche Nutzung unternehmerischer Mittel erreicht und resultiert in neuen und innovativen Lösungen. Durch steuernde und kontrollierende Mechanismen wird sichergestellt, dass die gesellschaftlichen Ziele intern und extern gelebt werden.

Inzwischen zeigt eine Vielzahl von Studien das große Potenzial von Social Entrepreneurship für die Überwindung gesellschaftlicher Herausforderungen sowie zum Erreichen der globalen Nachhaltigkeitsziele (SDGs). Würden die Lösungsansätze der deutschen Sozialunternehmen systematisch genutzt werden, ergäbe sich ein finanzieller Nutzen mit einem Milliardenpotenzial für unsere Gesellschaft, da Kosten zum Beispiel im Bereich der Transferzahlungen, Behandlungskosten oder Umweltschäden eingespart werden könnten.

Zudem gründen immer mehr Menschen in Deutschland ein Sozialunternehmen. Laut KfW-Research liegt der Anteil der Sozialunternehmen bei circa drei Prozent des gesamten Unternehmensbestands in Deutschland und hat sich damit gegenüber vorangegangenen Schätzungen merklich erhöht. Der Anteil von Sozialunternehmen an allen Jungunternehmen (bis 5 Jahre) liegt bei neun Prozent. Allein für 2017 weist die Studie 108.000 „junge“ Sozialunternehmen mit einem Alter von unter fünf Jahren aus.

Es ist jetzt an der Zeit, die richtigen Rahmenbedingungen für Social Entrepreneurship zu schaffen!

## Unsere Handlungsempfehlungen an die Politik

### 1 Koordination und Strategie

Social Entrepreneurship ist ein Querschnittsthema, das nur in gemeinsamer Arbeit gestaltet werden kann. Wir empfehlen daher eine **ressortübergreifende Koordination**, die im Bundeskanzleramt auf Staatsminister:innenebene angesiedelt wird und den Aufbau einer gemeinsamen und **kohärenten Sozialen Innovationsstrategie**. Zudem braucht es eine **öffentlich anerkannte Definition für Social Entrepreneurship**, basierend auf den bestehenden Vorschlägen aus Wissenschaft und Praxis.

### 2 Finanzierung von Social Entrepreneurship und Sozialen Innovationen

Es ist Zeit, dass wir nicht nur für innovative Startups sondern auch für die Entwicklung und Skalierung von sozialen und ökologischen Innovationen passende Finanzierungsinstrumente bieten. Deshalb empfehlen wir neben einer **Öffnung bestehender Instrumente** den **Aufbau zielgruppenspezifischer Finanzierungsinstrumente** für innovative Sozialunternehmen. Der Aufbau und die dauerhafte Finanzierung dieser Instrumente könnte über „**nachrichtenlose Vermögenswerte**“ für Steuerzahler:innen kostenneutral umgesetzt werden.

### **3 Aufbau von regionalen Clustern, Vernetzungs- und Beratungsstrukturen**

Social Entrepreneurs brauchen Raum zur Vernetzung untereinander und mit diversen Akteursgruppen. Deshalb empfehlen wir die **Förderung von interdisziplinären Clustern für nachhaltiges Wirtschaften und sozialen Innovationen**, die auf regionaler Ebene die Brücke zu bestehenden Gründungsökosystemen schlagen und die Zusammenarbeit mit anderen Sektoren ermöglichen. Außerdem empfehlen wir den **Aufbau und Weiterentwicklung Sozialer Innovations- und Gründungszentren in allen Bundesländern**, ähnlich den klassischen Gründungszentren und Innovationshubs mit Technologiefokus, um qualifizierte Beratung, Ideenfindung, und Wissensverbreitung zu ermöglichen.

### **4 Rechtliche Rahmenbedingungen für Sozialunternehmen stärken**

In Deutschland, anders als in vielen anderen Ländern, gibt es keine anerkannte Rechtsform für Sozialunternehmen. Deshalb empfehlen wir, eine **Richtlinie für Sozialunternehmen zur Anerkennung der Gemeinnützigkeit im Rahmen der Abgabenordnung** zu erarbeiten und das **Gemeinnützigkeitsrecht so zu modernisieren**, dass das Engagement von Zivilgesellschaft weitreichender unterstützt wird. Des Weiteren sollte der **Rechtsformvorschlag der Stiftung für Verantwortungseigentum** umgesetzt und die Rechtsform der Genossenschaft für das digitale Zeitalter fit gemacht werden.

### **5 Einstiegshürden zur Gründung von Sozialunternehmen abbauen**

Die bestehenden Maßnahmen zur Gründungsförderung bilden die steigende Anzahl von sozialunternehmerischen Gründungen nicht ab. Deshalb empfehlen wir die Entwicklung bedarfsgerechter Angebote für Social Entrepreneurs, wie eine gezielte **Förderung von Gründungsvorhaben, die auf die SDGs einspielen, über EXIST**. Zudem empfehlen wir die Ausweitung des BAFA-Programms zur "Förderung unternehmerischen Knowhows" für gemeinnützige Sozialunternehmen. Darüber hinaus sollten bestehende Gründungsberatungen in den Bedarfen von Social Entrepreneurs weitergebildet werden.

### **6 Sozial-nachhaltiges Wirtschaften in Bildung und Forschung verankern**

Damit eine zukunftsfähige Wirtschaft im Rahmen der planetaren Grenzen entstehen kann, müssen Wirtschaft und Unternehmertum ganzheitlich vermittelt werden. Deshalb empfehlen wir eine **Verankerung von nachhaltiger Wirtschaftslehre und Social Entrepreneurship in den Lehrplänen von Schulen und Hochschulen** sowie eine gezielte **Förderung von außerschulischen Initiativen und Angeboten**, die Sozialunternehmertum in die Schulen bringen.

### **7 Sozial-nachhaltige Beschaffung stärken**

Im Beschaffungswesen steckt ein riesiger Hebel zur nachhaltigen Förderung von Sozialunternehmen und Sozialen Innovationen. Deshalb empfehlen wir die **Entwicklung und Schärfung von sozial-ökologischen Nachhaltigkeitskriterien für die öffentliche Ausschreibung und einen bindenden Anteil dieser Kriterien** bei der Vergabe des Bundes und der Länder/Kommunen. Zudem sollte die Integration von sozialunternehmerischen Produkten und Dienstleistungen in den Einkauf und den Lieferketten klassischer Unternehmen unterstützt werden, z.B. durch „Buy-Social-Kampagnen“.

### **8 Raum für Experimente und offene Beteiligungsprozesse schaffen**

Politik und Verwaltung sollten Experimentierräume schaffen, in denen neue Ideen mit wenig Risiko erprobt werden können. Deshalb empfehlen wir den **Ausbau von Open Social Innovation-Prozessen**, bei denen Menschen aus allen Bereichen der Gesellschaft (Zivilgesellschaft, Verwaltung und privatem Sektor) gemeinsam an Lösungen sozialer Fragestellungen arbeiten.

## **9 Voraussetzungen für Transfer und strukturelle Verankerung schaffen**

Soziale Innovationen können ihre Breitenwirksamkeit besonders dann ausspielen, wenn sie über etablierte Strukturen in Wirtschaft, Wohlfahrtspflege und Verwaltung skaliert werden können. Deshalb empfehlen wir, die Anschlussfähigkeit von Sozialen Innovationen zu Verwaltung und öffentlichem Sektor zu stärken, und zwar durch **Schulungen der öffentlichen Verwaltung, den Einsatz von Innovationsscouts und den Aufbau organisatorischer Schnittstellen**. Eine **Transfer-Plattform** kann den Austausch zu und die Skalierung von bestehenden Lösungen fördern und Kooperationen zwischen den Sektoren fördern.

## **10 Wirkungsorientierte Berichterstattung vereinfachen und fördern**

Um sicherzustellen, dass Unternehmertum auch auf die Verbesserung der Lebenswelt der Gesellschaft abzielt, muss sich dieses Ziel auch in amtlichen Kennzahlen widerspiegeln. Bisher gibt es zu noch zu wenig standardisierte Indikatoren und keine einheitliche Anwendung. Wir empfehlen die Einführung von **Nachhaltigkeitsberichterstattung auf Grundlage der SDGs für alle Unternehmen als verpflichtende Grundlage für öffentliche Förderung**. Außerdem befürworten wir eine finanzielle Förderung für Wirkungsmessung für die Unternehmen und Initiativen, die bereits jetzt ihre sozial-ökologische Wirkung messen und darüber berichten.

Mehr Informationen zu unseren Handlungsempfehlungen finden sie unserem ausführlichen Positionspapier.

[https://www.send-ev.de/wp-content/uploads/2021/04/PP\\_SocEnt2021\\_Langversion.pdf](https://www.send-ev.de/wp-content/uploads/2021/04/PP_SocEnt2021_Langversion.pdf)

### **Über SEND**

Das Social Entrepreneurship Netzwerk Deutschland (SEND) ist die Dachorganisation innovativer Sozialunternehmen in Deutschland und vereint über 600 Mitglieder.

[www.send-ev.de](http://www.send-ev.de)

### **Ansprechpartner:innen**

Katrin Elsemann (Geschäftsführerin)

[katrin.elsemann@send-ev.de](mailto:katrin.elsemann@send-ev.de)

Markus Sauerhammer (1. Vorstand)

[markus.sauerhammer@send-ev.de](mailto:markus.sauerhammer@send-ev.de)