

Berlin, 27. April 2022

Trotz multipler Krisen: Viele Sozialunternehmen wachsen und beweisen ihr riesiges Potenzial – jetzt braucht es Förderung und Finanzierung!

Der heute veröffentlichte 4. Deutsche Social Entrepreneurship Monitor 2021/22 zeigt: Social Entrepreneurship ist in Deutschland weiter auf dem Vormarsch. Trotz anhaltender Krisen, die Deutschland in Atem halten, können viele Sozialunternehmen ihren positiven Impact weiter ausbauen und blicken optimistisch in die Zukunft. Auch die neue Regierung hat dieses Potenzial erkannt und schafft zuständige Referate in BMWK und BMBF.

So ist die Förderung sozialer Innovationen unter der neuen Bundesregierung stark im Koalitionsvertrag verankert. Sven Giegold, Staatssekretär im Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz betont:

“Unternehmen, die soziale und ökologische Ziele zu ihrem Geschäftsmodell machen, verdienen die volle Unterstützung des Staates. Unternehmen, die soziale und ökologische Kosten auf die Allgemeinheit abwälzen, brauchen die Grenzen eines konsequenten Ordnungsrahmens. Gemeinwohlorientierte Unternehmen sind dabei ein wichtiger Treiber für die Transformation. Daher erarbeiten wir eine nationale Strategie für Sozialunternehmen und legen ein großes Förderprogramm auf. Das Potential des Sozialunternehmertums für die nachhaltige Transformation unseres Landes wollen wir heben und stärken. Dieses Projekt hat für mich Top-Priorität.”

Laut DSEM widmen 60 % der DSEM-Social-Enterprises ihr Angebot Personenkreisen, die von sozialen Missständen betroffen sind und adressieren insbesondere Kinder und Jugendliche, Frauen/Mädchen und Menschen mit Migrations- oder Fluchthintergrund. So vermittelt zum Beispiel das Sozialunternehmen [Socialbee](#) Geflüchtete an Unternehmen und konnte auch auf den Krieg in der Ukraine schnell mit einem [angepassten Angebot](#) reagieren. [Conflictfood](#) baut andauernde, gute Partnerschaften und Kooperationen mit Firmen in Afghanistan, Myanmar und Pakistan auf.

Damit das große Lösungspotenzial dieser Sozialunternehmen besser ausgeschöpft werden kann, benötigt es jetzt weitere Schritte der Politik. Denn als Top 3 Herausforderungen konnten mangelnde Folgefinanzierung nach der Gründung, die Komplexität öffentlicher Finanzierungsmöglichkeiten sowie fehlende Startfinanzierung unter den Befragten identifiziert werden. Zarah Bruhn, Beauftragte für Soziale Innovationen im Bundesministerium für Bildung und Forschung unterstreicht diese Einschätzung:

“Gerade junge Sozialunternehmen müssen immer wieder um Mittel und Möglichkeiten kämpfen, ihre Ideen in die Praxis überführen zu können. Und das, obwohl wir sehr viele erfolgreiche Beispiele von innovativen Sozialunternehmen kennen, deren messbare Wirkung für die Gesellschaft riesig ist.

Sozialunternehmen vereinen wirtschaftliche Pragmatik, wissenschaftliche Innovation und soziales Verantwortungsbewusstsein. Wir wollen erreichen, dass die klügsten Köpfe und kühnsten Unternehmerinnen und Unternehmer an der Lösung sozialer Herausforderungen arbeiten. Deshalb freue ich mich, dass das Thema in der Bundesregierung durchweg ganz oben auf der Agenda steht.“

In einer Zeit, die geprägt ist von gesellschaftlichen Herausforderungen dürfen Lösungspotenziale nicht weiter verspielt werden. Jetzt kommt es auf die Politik an. Um Sozialunternehmer:innen die Möglichkeit zu geben, ihre Potenziale umzusetzen und zu vergrößern benötigt es mehr als Anerkennung. Mit der Gründung eigener Referate in BMWK und BMBF hat die neue Regierung einen ersten Schritt hierfür gemacht. Jetzt gilt es mit einer ressortübergreifenden Strategie, einem Clusterprogramm für Soziale Innovationen sowie zielgruppenspezifischen Finanzierungsinstrumenten ins konkrete Handeln zu kommen.

Weitere Zitate

“Wie wirken sich Krisen und Zeiten des Umbruchs auf Social Entrepreneurs und ihre Unternehmen aus? Wie kann negativen Effekten entgegengesteuert werden? Hält eine neue politische Aufmerksamkeit für soziale Innovationen auch das, was sie verspricht? Genau um diese Fragen zu beantworten und die Entwicklungen im Laufe der Zeit beobachten und belegen zu können, veröffentlichen wir den DSEM.“

Sabrina Konzok, Vorstandsvorsitzende SEND

“Unser 4. DSEM gibt wichtige Hinweise für die Konkretisierung und Umsetzung der im Koalitionsvertrag genannten Ambitionen bzgl. sozialem Unternehmertum. Er ist die Basislektüre für alle öffentlichen, aber auch privaten Förderer und Unterstützer des Sektors, sowie alle Metaakteure, die intensiv daran arbeiten, die Bedingungen für Sozialunternehmen in Deutschland zu verbessern – immer mit Blick auf die nötige sozial-ökologische Transformation.“

Daniela Deuber, Geschäftsführerin SEND

Weiterführende Informationen

[Studie - 4. Deutscher Social Entrepreneurship Monitor \(DSEM\)](#)

[Webseite DSEM](#)

[Definition Social Entrepreneurship](#)

[Beitrag: “Ampel macht den Weg frei für innovative Sozialunternehmen”](#)

Kontakt

Bei Fragen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung.

Leitung Kommunikation: Merlind Harms merlind.harms@send-ev.de