

MuP-Arbeitshilfe

Sozialunternehmen Unternehmensgründung für die gute Sache

Überblick



Quelle: Viktor Kuryan / photoxpress.com

Wie kann man mit der Gründung eines Unternehmens Teilhabemöglichkeiten, Chancengleichheit, eine gute Versorgungsqualität oder ökologische Nachhaltigkeit verwirklichen? Sozialunternehmer - auch in Deutschland - versuchen mit innovativen Ideen, Produkten und Dienstleistungen gesellschaftliche, ökologische oder soziale Probleme mit unternehmerischem Denken zu lösen. Sozialunternehmertum ist in Deutschland jedoch ein noch relativ junges Phänomen. Hinzu kommt, dass aufgrund der großen Bandbreite der Bereiche, in den Sozialunternehmen tätig sind, der Begriff Sozialunternehmertum schwer zu fassen ist.

In dieser MuP-Arbeitshilfe werden wir den Begriff des Sozialunternehmertums mit Leben füllen und zugleich praktische Anregungen für potentielle Sozialunternehmer anbieten. Wir stellen Ihnen zahlreiche deutsche Sozialunternehmen vor und liefern Ihnen – falls Sie selbst über die Gründung eines Sozialunternehmens nachdenken – mögliche Werkzeuge und Anregungen, wie Sie eine eigene Idee für ein Sozialunternehmen entwickeln und diese Idee auf ihre Durchführbarkeit hin analysieren können. Zudem finden Sie eine Übersicht der unterschiedlichen Finanzierungsmöglichkeiten, die es aktuell in Deutschland gibt.

Inhalt:

- [1. Was ist ein Sozialunternehmen?](#)
- [2. Beispiele deutscher Sozialunternehmen](#)
- [3. Wichtige Fragen vor der Gründung eines Sozialunternehmens](#)
- [4. Ist meine Idee umsetzbar? \(HCR-Analyse\)](#)
- [5. Bestehende Finanzierungsmöglichkeiten](#)
- [6. Zur Vertiefung des Themas \(Literaturtipps\)](#)

1. Was ist ein Sozialunternehmen?¹

Ein Sozialunternehmen ist ein Unternehmen, das das Ziel hat, zur Lösung eines gesellschaftlichen Problems beizutragen. Wie bei vielen Vereinen oder staatlichen Initiativen auch steht am Anfang die Erkenntnis eines Problems und die Suche nach einer passenden Lösung. Im Gegensatz zu Vereinen oder staatlichen Organisationen versucht ein Sozialunternehmer dem Problem jedoch mit innovativen unternehmerischen Mitteln zu begegnen. In seinem Tun vereinen sich somit bürgerschaftliches Engagement und unternehmerisches Denken. Ein Sozialunternehmen kann beispielsweise nachhaltige Produkte herstellen, Arbeitsplätze für Gruppen schaffen, deren Zugang zum Arbeitsmarkt erschwert ist, oder aber Gelder für soziale Projekte erwirtschaften.

Die Bandbreite an Sozialunternehmen ist somit extrem groß. Sozialunternehmen in Deutschland unterscheiden sich sowohl in Hinblick auf ihre Größe, ihre Rechtsform, ihre Zielsetzungen als auch auf die Bereiche, in denen sie aktiv sind. Ein Sozialunternehmen kann somit sowohl ein Einmann-Unternehmen als auch eine große Firma sein. Doch egal ob Bildungsinitiative oder Bank, das Entscheidende ist immer, dass die soziale Aufgabe im Mittelpunkt steht, nicht das Erwirtschaften von Geld.

Sozialunternehmen am Beispiel Viva con Agua:

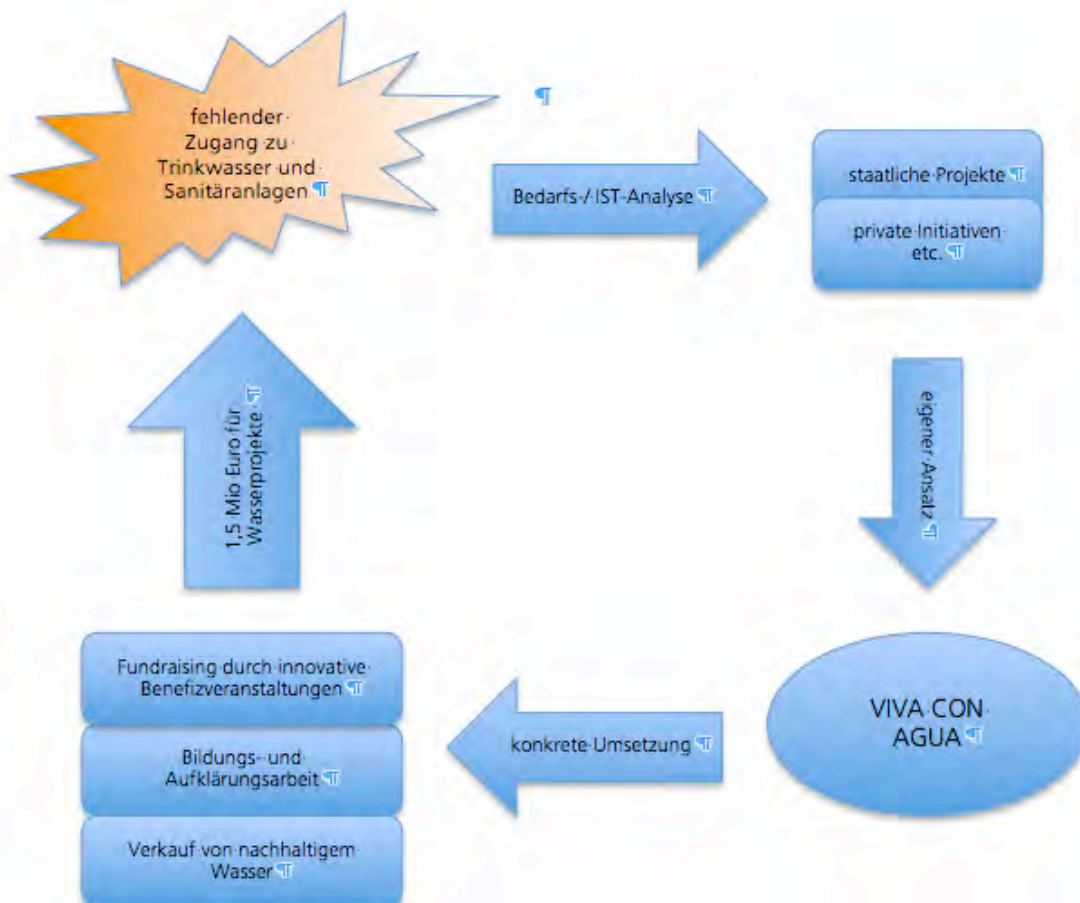


Illustration: eigene Darstellung

¹ Bislang gibt es keine allgemeingültige Definition für Sozialunternehmen. Diese Arbeitshilfe orientiert sich an der Definition der Bundesregierung, die Sozialunternehmer als Personen beschreibt, „die aus ihrem individuellen bürgerschaftlichen Engagement heraus soziale Organisationen gründen, die gesellschaftliche Herausforderungen mit innovativen und unternehmerischen Herangehensweisen lösen“.

Unterscheidung Sozialunternehmen – CSR

Da Sozialunternehmen ein noch relativ junges Phänomen in Deutschland sind, werden diese häufig in einen Topf mit Corporate Social Responsibility (CSR)-Initiativen herkömmlicher Unternehmen geworfen. Im Rahmen von CSR-Initiativen unterstützen oder initiieren Unternehmen soziale Projekte. Da Konsumenten mittlerweile stärker auf die Nachhaltigkeit eines Produktes achten sind solche Initiativen ein gutes Verkaufsargument für ein Produkt und steigern Absatz und Ansehen des Unternehmens. Primärziel der Firma bleibt jedoch stets die Erwirtschaftung von Kapital.

Unterscheidung CSR- Sozialunternehmen am Beispiel Quartiermeister

Bsp. Corporate Social Responsibility – Krombacher rettet den Regenwald

zeitlich begrenzte Initiative: für jeden verkauften Kasten Bier geht Geld an den WWF zur Rettung des Regenwaldes

Primärziel: Bier verkaufen
→ CSR-Kampagne als Mittel zum Zweck

Bsp. Sozialunternehmen – Quartiermeister, Bier für den Kiez

Non-Profit-Unternehmen: keine Erwirtschaftung von Gewinn, gesamter Erlös geht in soziale Projekte in der Nachbarschaft

Primärziel: Projekte im Kiez unterstützen
→ Bierverkauf als Mittel zum Zweck

2. Beispiele deutscher Sozialunternehmen

DIALOG IM DUNKELN

zugrundeliegende Problemstellung:	fehlende Arbeitsplätze für Blinde und Sehbehinderte
Lösungsansatz / Innovation:	Arbeitsplätze schaffen, die die speziellen Fähigkeiten von Blinden erfordern – Blindheit als Qualifikation statt als Behinderung
Ergebnis:	Ausstellungen, Lesungen, Dinner etc. im Dunkeln, zudem Seminare – Konzept mittlerweile in zahlreichen Städten übernommen und auf Taubstumme erweitert
mehr Infos unter:	http://www.dialog-im-dunkeln.de/

QUARTIERMEISTER

zugrundeliegende Problemstellung:	fehlende Gelder für soziale Projekte in bestimmten Stadtteilen Berlins
Lösungsansatz / Innovation:	soziales Bier – Biermarke, deren Erlöse komplett in soziale Projekte in der Nachbarschaft fließen, Konsumenten können selbst mitbestimmen wohin das Geld geht
Ergebnis:	10 Projekte mit rund 20.000 Euro unterstützt, Konzept in weiteren deutschen Städten übernommen
mehr Infos unter:	http://www.quartiermeister.org/

GLS BANK

zugrundeliegende Problemstellung:	Wie kann nachhaltige Entwicklung von Gesellschaft und Lebensgrundlagen vorangebracht werden?
Lösungsansatz / Innovation:	Geld als soziales Gestaltungsmittel – Gewinne der Bank werden in sinnvolle und zukunftsweisende Unternehmen und Projekte gesteckt
Ergebnis:	sozial-ökologische Universalbank, die Projekte in unterschiedlichen Bereichen unterstützt
mehr Infos unter:	http://www.gls.de/die-gls-bank/ueber-uns/

PRINZESSINENGARTEN

zugrundeliegende Problemstellung:	fehlende landwirtschaftliche Nutz- und Lernflächen in der Stadt
Lösungsansatz / Innovation:	Umwandlung von Freiflächen in produktives Grün, ein Ort, an dem man gemeinsam Lernen und Dinge ausprobieren kann
Ergebnis:	gemeinschaftlich betriebener Garten in Berlin Kreuzberg, der Menschen soziale und ökologische Landwirtschaft näherbringt durch den Verkauf der produzierten Lebensmittel in Café und Gemüseladen wird das Projekt teilfinanziert
mehr Infos unter:	http://prinzessinnengarten.net/wir/

DIE WELTKÜCHE

zugrundeliegende Problemstellung:	arbeitslose Migrantinnen hatten keine Chance auf einen Arbeitsplatz in Deutschland
Lösungsansatz / Innovation:	praktische Fähigkeiten der Migrantinnen nutzen, um spezifisch zugeschnittene Arbeitsplätze selbst zu schaffen
Ergebnis:	Restaurant- und Cateringbetrieb mit internationaler Küche
mehr Infos unter:	http://www.die-weltkueche.org/der_verein.html

COFFEE CIRCLE

zugrundeliegende Problemstellung:	fehlendes Verständnis der Konsumenten für Lebensrealität der Kaffeeproduzenten
Lösungsansatz / Innovation:	verkürzte Produktionskette: Direkteinkauf und direkte Unterstützung von Kaffeebauern in Äthiopien
Ergebnis:	Kaffeevertrieb, dessen Erlöse direkt und transparent an die Kaffeebauern gehen, Unterstützung von sozialen Projekten vor Ort, bestmögliche Kaffeequalität
mehr Infos unter:	http://www.coffeecircle.com/die-bewegung/coffee-circle-konzept/

KINDERZENTREN KUNTERBUNT gemeinnützige GMBH

zugrundeliegende Problemstellung:	fehlende Betreuungsangebote, die Eltern Vereinbarkeit von Familie und Beruf ermöglichen
Lösungsansatz/ Innovation	Kindertagesstätten, die speziell auf die Bedürfnisse der Eltern zugeschnitten sind
Ergebnis:	mittlerweile bundesweit mehr als 40 Zentren
mehr Infos unter:	http://www.kinderzentren.de

Die Beispiele zeigen, dass sich die Herangehensweisen zur Lösung von Problemen von Sozialunternehmer zu Sozialunternehmer unterscheiden. Sie entwickeln ganz eigene innovative Ideen oder erweitern und reformieren schon bestehende Ansätze, indem sie u.a.:

- einen etablierten Lösungsansatz an einen anderen Standort bringen,
- nachhaltige Produktion und Transparenz bzgl. ökologischer und sozialer Komponenten schaffen,
- Kapital und Kompetenzen zur selbstbestimmten Problemlösung vermitteln oder
- im Wohlfahrtsbereich Präventivlösungen über klassische Sektoren und Kooperationen hinweg unter Einbezug von bürgerschaftlichem Engagement erarbeiten.

3. Wichtige Fragen vor Gründung eines Sozialunternehmens

Ein Unternehmen zu gründen und zu führen ist eine komplexe Aufgabe, die mit vielen Herausforderungen einhergeht und einen langen Atem erfordert. Daher ist es vor der Gründung unbedingt notwendig, sich mit einigen Fragen auseinanderzusetzen. Im Folgenden finden Sie einige Anhaltspunkte, welche Fragen dabei hilfreich sein können:

Analysieren Sie Ihre Ausgangslage²:

1. Motivation

PERSÖNLICH: Für welche Themenbereiche begeistere ich mich? In welchen Bereich würde ich mich gerne engagieren?

SOZIAL: Wo sehe ich gesellschaftlichen Handlungsbedarf und wo möchte ich etwas verändern? Warum?

2. Ressourcen

PERSÖNLICH: Welche persönlichen Ressourcen bringe ich mit?

- Ausbildung:
- soft skills:
- Kontakte/ Unterstützer:
- weitere persönliche Ressourcen:

SOZIAL: Auf welche strategischen Ressourcen kann ich zurückgreifen?

- finanzielle Ressourcen:
- organisatorische Ressourcen:
- technische Ressourcen:
- Expertise:
- mögliche Kooperationspartner:
- Sonstiges:

² Der folgende Fragebogen entstand in Anlehnung an Abdou, Ehaab: Practitioner's Guide for Social Entrepreneurs in Egypt and the Arab Region. The American University of Cairo: 2010.

3. Eigene Rolle im Unternehmen

Wie stellen Sie sich Ihre Rolle im Unternehmen vor? Was würde Ihnen Spaß machen, was eher nicht? Was trauen Sie sich zu? Werden Sie sich darüber bewusst und analysieren Sie wo Sie evt. Hilfe von anderen brauchen.

Hier ein paar beispielhafte Fragen mit Anmerkungen:

- *Kann ich mir vorstellen eine Führungsposition zu übernehmen? Traue ich mir diese Rolle aktuell zu?*
→ Sollten Sie bspw. noch nicht über ausreichende Erfahrung verfügen, so empfiehlt sich die Mitarbeit in einem anderen Sozialunternehmen, um Praxiserfahrung zu sammeln.

- *Bin ich eher Einzelkämpfer oder brauche ich Mitstreiter?*
→ Sollten Sie eine Führungsposition anstreben, jedoch nicht der Einzelkämpfer sein, so sollten Sie sich zunächst Mitstreiter suchen, die ähnliche Ideen teilen.

- *Möchte ich Führungsperson oder lieber Teil eines Teams sein?*
→ Sollten Sie sich eher als Teamplayer wahrnehmen, so engagieren Sie sich doch in einem bestehenden Sozialunternehmen, das in dem Bereich arbeitet, der Sie interessiert. Vielleicht finden Sie zu einem späteren Zeitpunkt Lust daran ein eigenes Unternehmen zu gründen.

4. Innovation

PERSÖNLICH: Was habe ich, was andere nicht haben?

→ *Praxistipp: Stellen Sie sich selbst als Marke vor – was macht diese Marke aus?*

IDEE: Was ist neu an meiner Idee, meinem Ansatz?

5. Bedarf

Wird dieses Problem bereits von anderen Organisationen/ Trägern etc. angegangen?

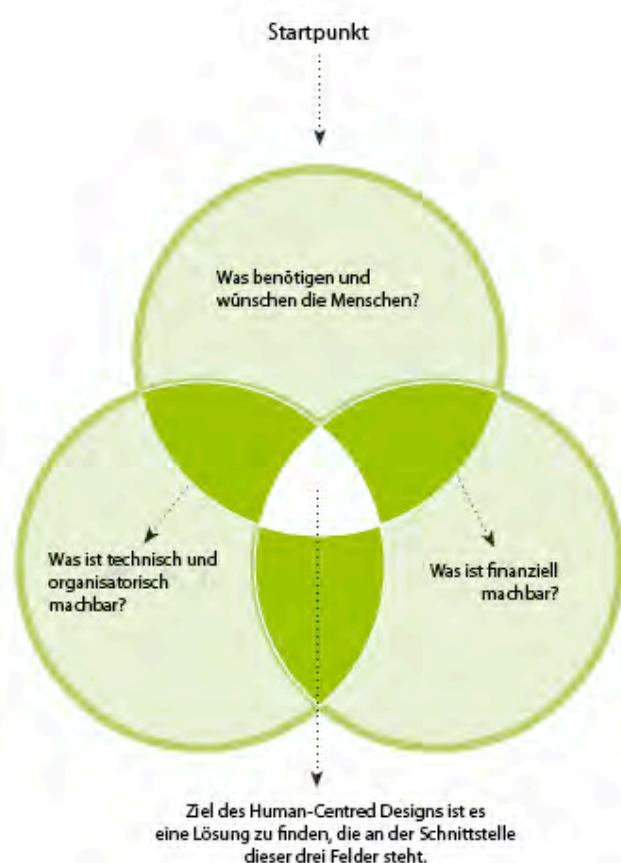
ja / nein

Wenn ja: Wie wird dieses Problem angegangen? Warum reicht dies nicht aus? Warum erreichen die bisherigen Angebote nicht das angestrebte Ziel?

Welche Lücke wird durch meine Idee geschlossen?

4. Ist meine Idee umsetzbar? (HCD-Ansatz)

Nachdem man sich über die eigene Idee und die eigene Haltung klar geworden ist, sollte man überprüfen, ob die Idee auch umsetzbar ist. Um das eigene Vorhaben zu prüfen bietet sich der Human-Centred Design-Ansatz³ an. Am Anfang des Prozesses steht dabei die Frage nach den Bedürfnissen der Zielgruppe. Erst danach folgt die Analyse der technischen, organisatorischen und finanziellen Durchführbarkeit. Empfehlenswert ist ein Projekt jedoch nur dann, wenn es alle drei Anforderungen hinreichend erfüllt.



Quelle: nach IDEO Human Centered Design Toolkit, 2nd edition, S.6.

5. Bestehende Finanzierungsmöglichkeiten

Eine weitere Schwierigkeit mit der viele Sozialunternehmer zu kämpfen haben ist die Finanzierung ihres Projektes. Es gibt zahlreiche unterschiedliche Finanzierungsmöglichkeiten, die Sozialunternehmer nutzen können. Daher ist es wichtig sich zunächst einen Überblick zu verschaffen und aus den unterschiedlichen Möglichkeiten diejenigen zu wählen, die zum eigenen Projekt passen. Um Ihnen dabei zu helfen, finden Sie im Folgenden einen Überblick der wichtigsten Finanzierungsmöglichkeiten jeweils mit einigen Beispielen.⁴

³ Das Human Centered Design-Konzept wurde eigentlich für die Etablierung sozialer Projekte in Entwicklungsländern entwickelt, bietet jedoch zahlreiche Ansätze und Werkzeuge, die sich sehr gut für Sozialunternehmen auch in Deutschland nutzen lassen. Mehr unter: www.hcdconnect.org

⁴ Die folgende Übersicht entstand in Anlehnung an das iq-consult-Seminar „Wie gründe ich ein Sozialunternehmen“ von Thorsten Jahnke am 30.5.2012.

- 1) Unterstützung durch Risikokapital sozialer Investoren⁵
 - [Social Venture Fund](#)
 - [BonVenture](#)
- 2) Spendengelder
 - Fundraising ([siehe MuP-Arbeitshilfe Fundraising](#))⁶
 - private Geldgeber
 - Spendenplattformen (bspw. www.betterplace.org)
- 3) Projektgelder
 - Stiftungen bspw. [Vodafone Stiftung](#), [BMW Stiftung Herbert Quandt](#)
 - [Schwab Foundation](#)
 - [Ashoka](#) (Förderprogramm für Sozialunternehmer selbst)
- 4) Unterstützung durch Firmen
 - business angel
 - Corporate Social Responsibility-Projekte
- 5) staatliche Gelder
 - [KfW-Finanzierung von Sozialunternehmern](#)
- 6) Freunde / Crowdfunding
 - www.kickstarter.com
 - www.startnext.de...

Ausführlichere Informationen zu einzelnen Finanzierungsmöglichkeiten finden Sie aktuell auch auf unserer [MuP-Website](#).

6. Zur Vertiefung des Themas

Folgende Literatur empfiehlt sich zum Weiterlesen:

- Praskier, Ryszard/ Nowak, Andrzej: *Social Entrepreneurship: Theory and Practice*. Cambridge University Press 2012.
- Franssen, Boris/ Scholten, Peter: *Handbuch für Sozialunternehmertum*, Van Gorcum 2008.
- Schwartz, Beverly: *Rippling: How Social Entrepreneurs Spread Innovation Throughout the World*, Jossey Bass 2012.
- IDEO: *Human Centered Design Toolkit*. 2nd edition. IDEO: 2009 – Online verfügbar unter: <http://de.scribd.com/doc/23694458/IDEO-Human-Centered-Design-Toolkit>
- Ashoka Germany: *Finanzierung von Sozialunternehmen*. Schwerpunkt 2012. Online verfügbar unter: <http://germany.ashoka.org/de/schwerpunkt-2012-finanzierung-von-sozialunternehmen>

Weitere **MuP-Arbeitshilfen** zu spannenden Themen finden Sie auf der [MuP-Website](#).

⁵ Als Soziale Investoren bezeichnet man Menschen oder Gruppierungen, die Gelder in soziale Projekte investieren, um zu nachhaltiger Entwicklung beizutragen. Ziel dieser Investitionen ist nicht primär diese finanziell gewinnbringend anzulegen, sondern einen möglichst hohen sozialen Mehrwert zu erzielen („soziale Rendite“).

⁶ Viele Sozialunternehmer zeichnen sich u.a. durch neuartige und innovative Ideen in Bezug auf ihr Fundraising aus. Aus diesem Grund kann es auch hilfreich sein sich von den Ideen anderer Unternehmen inspirieren zu lassen.