

# Soziales Unternehmertum heute – Unternehmerische Tätigkeit und soziales Engagement verbinden

Soziales Unternehmertum fasst seit einigen Jahren auch in Deutschland Fuß. Seine wirtschaftliche Relevanz ist derzeit zwar noch gering, aber von einer hohen Gründungsdynamik geprägt. Um die gesamtwirtschaftlichen Potenziale auszuloten, hat das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi) in einer Studie zu Sozialunternehmen deren Marktgröße und -entwicklung, rechtliche Rahmenbedingungen, private und öffentliche Finanzierungsangebote sowie Unterstützungsstrukturen untersuchen lassen. Die Erkenntnisse der Analysen sind in einen Praxisleitfaden „Soziales Unternehmertum“ geflossen, der praktische Ratschläge für erfolgreiches Sozialunternehmertum bereithält.



## Neues unternehmerisches Selbstverständnis: Gesellschaftlicher Veränderungsanspruch

Aus den Gewinnmargen des Bierverkaufs soziale Projekte zu finanzieren, Autisten in der IT-Beratung einzusetzen oder die Vergabe von Mikrokrediten in Entwicklungsländern zu verbessern – die Beispiele, wie private Unternehmen mit betriebswirtschaftlichen Methoden und gewinnorientiert gesellschaftliche Probleme anpacken und lösen, sind vielfältig. Die ihnen zugrunde liegenden Geschäftsmodelle haben sich in den letzten Jahren weltweit verbreitet und fassen auch in Deutschland immer stärker Fuß.

Neu und modern ist das unternehmerische Selbstverständnis der „Social Businesses“ und „Social Entrepreneurships“, ihre konsequente Innovationsausrichtung, ihr wirtschaft-

lich nachhaltiges Handeln und ihr gesellschaftlicher Veränderungsanspruch. Unternehmerischer Erfolg macht sich dabei nicht mehr allein an der ökonomischen Leistungsfähigkeit fest, sondern wird zusätzlich über die gesellschaftliche Wirkung (Social Impact) der Aktivitäten definiert.

Damit ergänzen oder modernisieren Sozialunternehmen die bestehenden Organisationsformen zivilgesellschaftlichen Engagements und sozialwirtschaftlicher Aktivität und setzen auch hier neue Impulse. Ihre Innovations- und Gründungsdynamik macht sie dabei auch für die Wirtschaftspolitik interessant. Daher hat das BMWi eine Studie in Auftrag gegeben, welche die Rahmenbedingungen für die Gründung und das Wachstum von Sozialunternehmen untersucht hat.<sup>1</sup>

1 Studie „Herausforderungen bei der Gründung und Skalierung von Sozialunternehmen. Welche Rahmenbedingungen benötigen Social Entrepreneurs?“, Das BMWi hat die Ergebnisse der Studie und einen Praxisleitfaden für Sozialunternehmer im Februar 2016 der Öffentlichkeit vorgestellt.

## Sozialunternehmertum stärken

### Welche Rahmenbedingungen benötigen Social Entrepreneurs?

Marktgröße und -entwicklung, rechtliche Rahmenbedingungen, öffentliche und private Finanzierungsangebote, Rechtsform und Unterstützungsstrukturen – wie müssen die Rahmenbedingungen aussehen, damit Sozialunternehmen gegründet werden und wachsen? Und wie unterscheiden sich diese von traditionellen Unternehmensgründungen? Um diese und andere Fragen zu beantworten, hatte das BMWi die Hamburger Beratungsfirma evers & jung im Verbund mit IQ Consult, dem Institut für Sozialpädagogische Forschung Mainz und der Zeppelin Universität in Friedrichshafen mit einer Untersuchung beauftragt. Die Experten setzten überwiegend auf qualitative Analysen und führten deutschlandweit aufwändige Einzelinterviews und Gespräche in moderierten Fokusgruppen mit Sachverständigen und Sozialunternehmerinnen und -unternehmern durch. Ihre Empfehlung, Sozialunternehmertum in der Öffentlichkeit und bei den handelnden Akteuren bekannter zu machen, greift das BMWi unmittelbar auf. So sind die Ergebnisse der Analysen in einen bedarfsorientierten Praxisleitfaden eingeflossen. Im Sommer wird Sozialunternehmertum zudem Thema einer BMWi-Konferenz im Rahmen der Europäischen KMU-Woche 2016 sein.



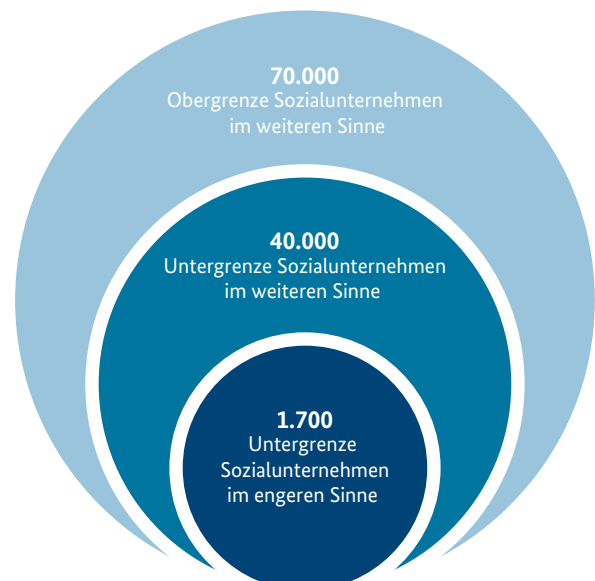
### Praxisleitfaden für angehende Sozialunternehmerinnen und Sozialunternehmer

Der im Rahmen der Studie erstellte Praxisleitfaden bietet gezielte Orientierungs- und Entscheidungshilfen zu den in der Studie identifizierten Herausforderungen und Problemlagen von Sozialunternehmen. Er veranschaulicht anhand von Fallbeispielen die jeweiligen Motivlagen, Geschäftsmodelle und Stationen der Geschäftsentwicklung und stellt über 100 praxisgeprüfte Informations- und Unterstützungsangebote vor. Der Leitfaden ist anhand eines modellhaften sozialunternehmerischen Entwicklungspfades aufgebaut. Dabei werden alle typischen Entwicklungsphasen von der originären Gründungsmotivation über Geschäftsmodellentwicklung bis hin zur Unternehmensskalierung durchlaufen, inklusive besonders praxisrelevanter Meilensteine wie Ideenpitch, Startfinanzierung oder Reporting.

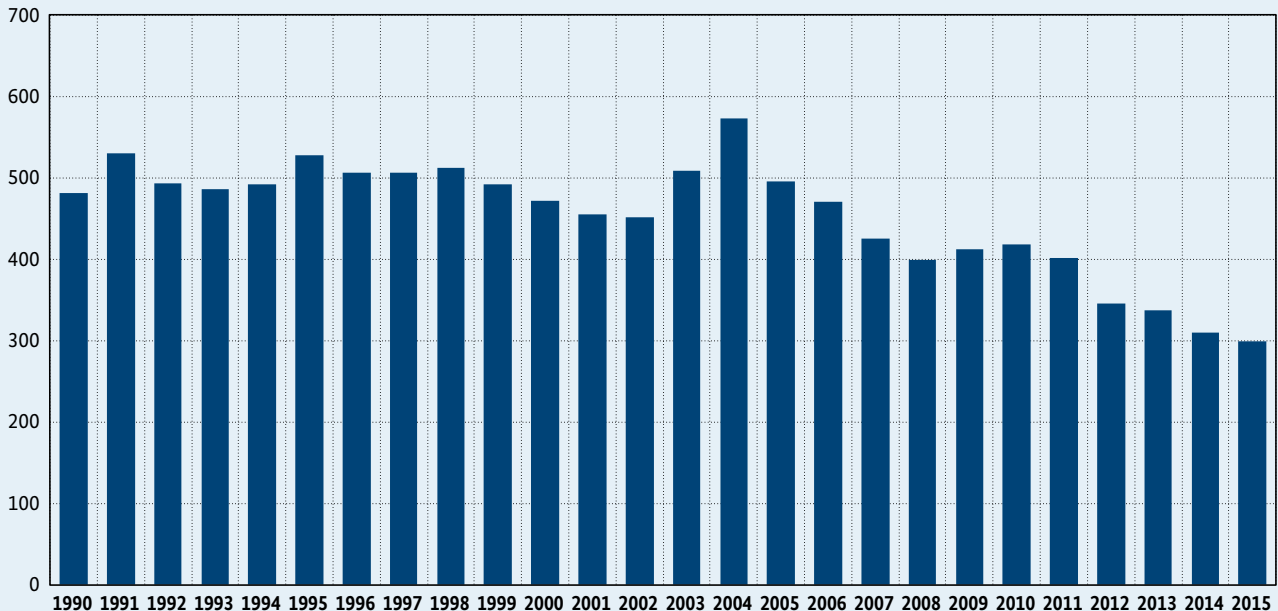
### Dynamisches Gründungsgeschehen bei überschaubarer Marktgröße

Die Vielfalt des sozialen Unternehmertums spiegelt sich in einer Vielzahl von Definitionen und Selbstzuschreibungen wider. Dies erschwert auch ihre statistische Erfassung. Die Autoren der Studie schätzen, dass sich die Anzahl der Sozialunternehmen mit einkommensorientierter Ausrichtung

**Abbildung 1: Geschätzte Anzahl an Sozialunternehmen nach evers & jung**



Quellen: „Herausforderungen bei der Gründung und Skalierung von Sozialunternehmen. Welche Rahmenbedingungen benötigen Social Entrepreneurs?“, Zusammenfassung der Studie für das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie, Februar 2016; evers&jung, iq consult, ism, Zeppelin Universität; S. 5.

**Abbildung 2: Gewerbliche Existenzgründungen 1990 bis 2015 in Deutschland\***

\* Freie Berufe, Betriebe der Urproduktion (Land- und Forstwirtschaft, Fischerei, Garten-/Weinbau, Bergbau), Versicherungsunternehmen und die Verwaltung eigenen Vermögens sind in der Gewerbeanzeigenstatistik nicht erfasst.

Berechnung auf Basis der vom Statistischen Bundesamt bundeseinheitlich erfassten Gewerbean- und -abmeldungen. Seit 2003 Änderungen in der Gewerbeanzeigenstatistik, deshalb Modifizierung der Berechnungsmethode des IfM Bonn. Zahlen nur eingeschränkt mit Vorjahreswerten vergleichbar. Zahl für 2015 ist geschätzt auf Basis der Gewerbeanmeldungen von Januar bis November 2015.

Quelle: Institut für Mittelstandsforschung (IfM), Bonn (Basis: Gewerbeanzeigenstatistik der Statistischen Landesämter bzw. des Statistischen Bundesamtes)

je nach Innovationsgrad in einer Spanne von 1.700 (innovativ) und 40.000 bis 70.000 (nicht bzw. gering innovativ) bewegt. Gemessen an der Gesamtzahl allein der kleinen und mittleren Unternehmen in Deutschland von rund 3,6 Millionen<sup>2</sup> bilden Sozialunternehmen damit bislang eher eine Nische.

Besonders verbreitet sind Sozialunternehmen in den Bereichen Bildung und Wissenschaft, Arbeitsmarktintegration, gesellschaftliche Inklusion und Soziale Dienste. Eine Zunahme sozialunternehmerischer Aktivitäten ist in den Bereichen Energieeffizienz und nachhaltiger Konsum zu beobachten, was sich auch beim Gründungsgeschehen zeigt.

Laut Studie ist in den letzten zehn Jahren insbesondere bei Stiftungen, bei gemeinnützigen GmbH (gGmbHs) und bei Genossenschaften ein regelrechter Gründungsboom zu beobachten.

Erfahrungswerte von Gründungswettbewerben und Förderorganisationen weisen zudem darauf hin, dass auch die

Anzahl der Gründungen von gewerblich ausgerichteten Sozialunternehmen in den letzten Jahren deutlich zugenommen hat. Damit weicht das Gründungsgeschehen im Bereich der sozialen Gründungen erfreulicherweise ab von dem insgesamt seit zehn Jahren rückläufigen Trend bei gewerblichen Gründungen (siehe Abbildung 2).

### Gründungsentwicklung durch Beratung unterstützen

Laut Studie benötigen Sozialunternehmen keine besondere Rechtsform, vielmehr reichen die verfügbaren Rechtsformen aus.

Die von Sozialunternehmer(n)/-innen teilweise beklagte fehlende öffentliche Förderung gemeinnützig verfasster Unternehmen durch die Wirtschaftsförderung liegt in der Rechtsnatur der Förderrichtlinien begründet, die ausschließlich auf gewerbliche Unternehmen gerichtet ist. Andererseits werden gemeinnützig verfasste Unternehmen oder Organisationen steuerlich begünstigt.



Um die positive Gründungsentwicklung von Sozialunternehmen weiter zu stärken, gilt es laut Studie vor allem, die Gründungsberatung weiter zu verbessern, etwa indem die klassischen Anlaufstellen wie Kammern und Wirtschaftsfördereinrichtungen stärker für die besonderen rechtlichen Fragestellungen und die Beratung bei der Umsetzung innovativer Geschäftsideen sensibilisiert werden. Darüber hinaus plädieren die Autoren für den Aufbau bzw. die Stärkung von Netzwerkstrukturen, wie beispielsweise den ‚Social Labs‘, die die Gründung von Sozialunternehmen begleiten. Ein Anknüpfungspunkt dafür könnte z. B. die im Rahmen des Modellprojektes „Gründungsunterstützung für Sozialunternehmen II“ von der Bundesregierung noch bis Ende 2017 geförderten Social Impact gGmbH sein.

#### **Sozialunternehmen brauchen weniger externe Finanzierungsmittel und geduldige Investoren**

Die Finanzierung über klassische Darlehen wird von Sozialunternehmern aufgrund der zumeist in der Gründungsphase noch nicht ausreichend etablierten Geschäftsmodelle und der unsicheren Renditeperspektive als nicht geeignet betrachtet. Hierin gleichen die befragten wachstumsorientierten Sozialunternehmer innovativen Start-ups mit ausschließlicher Profitorientierung. Die Studie zeigt, dass in der frühen Gründungsphase der Finanzierungsbedarf bei der Mehrheit der Sozialunternehmen in der Deckung der Lebenshaltungskosten sowie der Betriebs- und Investitionskosten besteht und meist unter 50.000 Euro liegt. Dies gilt

insbesondere für Sozialunternehmen mit starkem Dienstleistungsschwerpunkt. Junge wachstumsorientierte Sozialunternehmen bevorzugen vor allem eigenkapitalstärkende Finanzierungsformen. Die Finanzierung erfolgt – ähnlich wie bei rein kommerziellen Gründungen – vorrangig aus Eigenmitteln und informellen Darlehen aus dem privaten Umfeld. Bei Sozialunternehmen, die von Anfang an ambitioniertere Wachstumsziele verfolgen, ist der Finanzierungsbedarf zwar höher, er liegt aber deutlich niedriger als bei vergleichbaren ambitionierten Gründungen im kommerziellen Bereich. Die Nutzung von typischem Wagniskapital ist für die im Rahmen der Studie befragten Sozialunternehmen nur dann eine Option, wenn Investoren und Intermediäre verfügbar sind, die eine angepasste Renditerwartung verfolgen und professionelles Know-how für die Weiterentwicklung sozialunternehmerischer Geschäftsmodelle einbringen.

Die im Bereich der Mezzanin- und Beteiligungsförderung verfügbaren Fördermittel gelten als wichtiger Finanzierungsbaustein und werden von den Gutachtern positiv bewertet. Auch in einem Ausbau der bestehenden Programme des Europäischen Sozialfonds (ESF) auf Bundes- und Länderebene sehen die Gutachter einen wichtigen Finanzierungsbaustein. Größte Wirkung versprechen sie sich von einem umfassenden Gesamtfinanzierungsansatz unter Einbindung von Intermediären, deren Finanzierungsansatz an sozialunternehmerische Geschäftsmodelle angepasst ist, etwa sozial-ethische Banken, Bürgschaftsbanken und wirkungsorientierte Investoren.

### Markttransparenz für wirkungsorientierte Investitionen verbessern

Die Verfügbarkeit von wirkungsorientiertem Wagnis- und Beteiligungskapital spielt vor allem für Sozialunternehmen mit Wachstumsabsicht eine zentrale Rolle. Der entsprechende Markt für wirkungsorientierte Investitionen entwickelt sich in Deutschland – etwa im Vergleich zu Großbritannien und anderen Ländern – allerdings nur langsam. Wichtigste Akteure sind Stiftungen und private Kapitalgeber sowie institutionelle Anleger bzw. spezialisierte Fonds als Intermediäre.

Die konstante Weiterentwicklung von Indikatoren und Kriterien eines transparenten Reportings der Wirkungsorientierung von Unternehmen kann dazu beitragen, die Markttransparenz zu verbessern und damit den Markt für wirkungsorientierte Investoren weiterzuentwickeln. Mit dem Social Reporting Standard (SRS), dessen Entwicklung von der Bundesregierung von 2011 bis 2015 unterstützt wurde, liegt bereits ein weit entwickeltes standardisiertes Instrument vor. Mit dem SRS kann ein einheitliches Wirkungsreporting von sozial motivierten Organisationen in Deutschland erfolgen, um Vergleichbarkeit, z. B. bei Förderentscheidungen, zu gewährleisten. Inwieweit sich der SRS am Markt durchsetzen wird, wird auch davon abhängen, ob potenzielle Investoren die Anwendung als Bedingung für die Beurteilung von alternativen Investments ansehen werden. Auch freiwillige Qualitätssiegel und Zertifizierungen für gewerblich verfasste Sozialunternehmen können dazu beitragen, die Markttransparenz zu verbessern.

### Förderprogramme setzen vor allem auf technologische Innovationen

Die Förderprogramme sind vor allem auf technologieorientierte Innovationen und Unternehmen ausgerichtet, um Wettbewerbsfähigkeit, Wachstum und Arbeitsplätze zu fördern. Für Sozialunternehmen, die oft nichttechnische oder soziale Innovationen entwickeln, greifen die Förderstrukturen aus Sicht der Gutachter zu kurz, wie beispielsweise beim EXIST-Gründerstipendium. Zwar steht dieses allen



Gründer(n)/-innen an deutschen Hochschulen offen, wenn ihre Vorhaben den Förderrichtlinien (u. a. Innovation, Alleinstellungsmerkmale, wirtschaftliche Tragfähigkeit und Teambuilding) entsprechen. Faktisch werden aber überwiegend technologiebasierte Gründungen gefördert. Auch hier gilt es, die Gründungsberatung an Hochschulen zu verbessern und stärker für Sozialunternehmensgründungen zu sensibilisieren.

Ob und wie nichttechnische Innovationen insgesamt stärker gefördert werden können, untersucht derzeit eine laufende Studie des BMWi.<sup>3</sup> Möglicherweise ergeben sich hieraus Ansätze, Sozialunternehmen künftig stärker zu berücksichtigen. Darüber hinaus können auch öffentliche Ausschreibungen positiv auf die Entwicklung von Sozialunternehmen wirken, indem Aufträge – neben Preis, Kosten und Wirtschaftlichkeit – auch umweltbezogene, soziale und innovative Aspekte konkret berücksichtigen. Mit der Umsetzung der EU-Vergaberichtlinie<sup>4</sup> wurden hier die Voraussetzungen für weitreichende vergaberechtliche Handlungsspielräume geschaffen.

3 Ökonomische und verwaltungstechnische Grundlagen einer möglichen öffentlichen Förderung von nichttechnischen Innovationen; technopolis group gemeinsam mit ISIconult Institut für Sozialinnovation Consulting und VDI/VDE-IT

4 Richtlinie über die Vergabe öffentlicher Aufträge (RL 2014/24/EU)



## Ausblick

Um das Thema Soziales Unternehmertum bekannter zu machen, lädt das BMWi am 28. Juni 2016 zu einer Konferenz im Rahmen der diesjährigen Europäischen KMU-Woche ein. Bei der Veranstaltung wird es auch darum gehen, die Potenziale von Sozialunternehmertum aufzuzeigen, die Öffentlichkeit für dieses Thema zu sensibilisieren und die relevanten Akteure noch besser zu vernetzen.

### EU-KMU-Konferenz 2016



Am 28. Juni 2016 möchten wir unter dem Titel **„Gesellschaftlichen Herausforderungen begegnen. Engagiert handeln. Verantwortungsvolles Unternehmertum leben.“** mit Sozialunternehmerinnen und Sozialunternehmern, Experten aus Netzwerken, Finanzierungseinrichtungen und Wissenschaft Herausforderungen bei der Gründung und dem Wachstum von sozialen Unternehmen diskutieren. Dabei werden die Ergebnisse der vom BMWi in Auftrag gegebenen Studie in die Diskussion einfließen.

Die Veranstaltung ist Teil der 8. Europäischen KMU-Woche. Nähere Informationen hierzu finden Sie unter: <http://ec.europa.eu/growth/smes/support/sme-week>

Die KMU-Konferenz findet im BMWi in Berlin statt. Nähere Informationen zur Konferenz finden Sie unter: [www.bmwi.de/DE/Service/veranstaltungen.html](http://www.bmwi.de/DE/Service/veranstaltungen.html)

Für weitere Auskünfte können Sie sich zudem per E-Mail an [KMU-Konferenz@bmwi.bund.de](mailto:KMU-Konferenz@bmwi.bund.de) wenden.

Die Ergebnisse der Studie sowie der Praxisleitfaden für Sozialunternehmen wurden im Februar 2016 vorgestellt. Die Studie und der Praxisleitfaden stehen auf der Website des BMWi zur Verfügung:



[bit.ly/BMWi\\_Studie\\_Sozialunternehmen](http://bit.ly/BMWi_Studie_Sozialunternehmen)

Kontakt: Sabine Döhmer  
Referat: Grundsatzfragen der nationalen und europäischen Mittelstandspolitik