

Helga Hackenberg · Stefan Empter (Hrsg.)

Social Entrepreneurship – Social Business:  
Für die Gesellschaft unternehmen

Helga Hackenberg  
Stefan Empter (Hrsg.)

# Social Entrepreneurship – Social Business: Für die Gesellschaft unternehmen



Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek  
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der  
Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über  
<<http://dnb.d-nb.de>> abrufbar.

1. Auflage 2011

Alle Rechte vorbehalten

© VS Verlag für Sozialwissenschaften | Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH 2011

Lektorat: Frank Engelhardt

VS Verlag für Sozialwissenschaften ist eine Marke von Springer Fachmedien.

Springer Fachmedien ist Teil der Fachverlagsgruppe Springer Science+Business Media.

[www.vs-verlag.de](http://www.vs-verlag.de)



Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlags unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Umschlaggestaltung: KünkelLopka Medienentwicklung, Heidelberg

Gedruckt auf säurefreiem und chlorfrei gebleichtem Papier

Printed in Germany

ISBN 978-3-531-17759-5

# Inhalt

Vorwort .....	9
---------------	---

*Helga Hackenberg und Stefan Empter*

Social Entrepreneurship und Social Business: Phänomen, Potentiale, Prototypen – Ein Überblick .....	11
--	----

## **I. Im Spannungsfeld von Wirtschaft, Staat und Zivilgesellschaft**

*Tine Stein*

Global Social Entrepreneurship – Komplement oder Konkurrenz zu Global Governance? .....	29
--	----

*André Habisch*

Gesellschaftliches Unternehmertum – Blinder Fleck wirtschafts- und sozialwissenschaftlicher Gemeinwohltheorien .....	49
---	----

*Markus Beckmann*

Social Entrepreneurship – Altes Phänomen, neues Paradigma moderner Gesellschaften oder Vorbote eines Kapitalismus 2.0? .....	67
---	----

*Rolf G. Heinze, Katrin Schneiders und Stephan Grohs*

Social Entrepreneurship im deutschen Wohlfahrtsstaat – Hybride Organisationen zwischen Markt, Staat und Gemeinschaft .....	86
---	----

## II. Gesellschaftliche Veränderungen bewirken und gestalten

*Birger P. Priddat*

Organisationstheoretische Einschätzungen –  
Warum Social Entrepreneurship so attraktiv für junge High Potentials ist ... 105

*Felix Oldenburg*

Wie Social Entrepreneurs wirken –  
Beobachtungen zum Sozialunternehmertum in Deutschland ..... 119

*Peter Spiegel*

Social Impact Business –  
Soziale und ökologische Probleme unternehmerisch lösen ..... 133

*Gunter Pauli und Markus Haastert*

Die Versöhnung von Ökonomie, Ökologie und Sozialem –  
Internationale Fallbeispiele ..... 147

*Katharina Sommerrock*

Sozialunternehmerische Geschäftsmodelle –  
Anreizstrategien zur Versorgung mit öffentlichen Gütern ..... 158

## III. Social Entrepreneurship und Social Business in der Sozialen Arbeit

*Hans-Joachim Gergs*

Ende des Sozialmanagements und Aufstieg des Social Entrepreneurship?  
Führung sozialer Unternehmen im 21. Jahrhundert ..... 173

*Gerhard Wegner*

Sozialraumunternehmerinnen und -unternehmer –  
Neues Denken in der Gemeinwesenarbeit ..... 189

*Daniel Dölle*

Potentiale von Social Entrepreneurship für die Kinder- und Jugendhilfe . . . 203

*Anne Köppelmann*

Unternehmerisch denken und handeln in der Sozialen Arbeit –  
Von der Idee zum Businessplan . . . . . 220

*Stefan Knüppel und Christian Groß*

Mikrofinanzierung in der Entwicklungszusammenarbeit –  
Bildungsunternehmertum am Beispiel der Opportunity Microschools . . . . . 235

#### **IV. Finanzierung gesellschaftlicher Unternehmungen**

*Anne-Kathrin Kuhlemann*

Sozialwirtschaft vs. Marktwirtschaft –  
Unterschiede, die Finanziere berücksichtigen müssen . . . . . 255

*Ann-Kristin Achleitner, Wolfgang Spiess-Knafl und Sarah Volk*

Finanzierung von Social Enterprises –  
Neue Herausforderungen für die Finanzmärkte . . . . . 269

*Michael Alberg-Seberich und Anna Wolf*

Venture Philanthropy – Wenn zwei Welten sich treffen . . . . . 287

*Stephan Breidenbach*

Sozialbörsen zur Finanzierung von Social Businesses –  
Das Modell der NExT SSE . . . . . 301

## **V. Verbreitung, Transparenz und Kommunikation sozialunternehmerischer Aktivitäten**

*Valerie Hackl*

Social Entrepreneurship multiplizieren und skalieren –  
Wege und Beispiele von Social Franchising ..... 313

*Barbara Roder, Ann-Kristin Achleitner und Alexander Bassen*

Ein Reporting Standard für Social Entrepreneurs ..... 328

*Björn Schmitz und Volker Then*

Legitimation durch Narration –  
Bindungskräfte durch das Erzählen von Geschichten ..... 339

*Holger Sievert*

Sozialunternehmertum kommunizieren –  
Eine scheinbar unlösbare Aufgabe und wie sie dennoch gelingen kann .... 351

Verzeichnis der Autorinnen und Autoren ..... 365

Verzeichnis der Web-Links ..... 371

## Vorwort

Für die Gesellschaft unternehmen und Verantwortung übernehmen: Die Idee zu diesem Buch entstand nach mehreren persönlichen Begegnungen mit dem Friedensnobelpreisträger Muhammad Yunus in den Jahren 2007/2008, reifte vor dem Hintergrund langjährigen Zusammenwirkens mit Stifterpersönlichkeiten, gesellschaftlichen UnternehmerInnen und sozial engagierten BürgerInnen wie auch in zahllosen Gesprächen mit Experten aus der Wissenschaft und vor allem aus der Praxis. Die dabei immer wirkmächtige Zeitgebundenheit von flüchtigen oder auch schlagkräftigen Ideen – und das Wissen der Herausgeber darum – verstehen sich von selbst.

Gesellschaft und Unternehmertum verstehen heißt nicht nur, die komplexen Verflechtungen und Interdependenzen, Prinzipien und Regeln – die „Grammatik“ – einer globalisierten Marktwirtschaft zu begreifen. Vielmehr gilt es – entgegen gängiger Stereotypen von der Unausweichlichkeit eines Turbokapitalismus – ebenso zu erkennen, welche Bedeutung Gestaltungswille, Unternehmerteilgeist oder unternehmerisches Handeln engagierter BürgerInnen für die Bewältigung sozialer oder ökologischer Herausforderungen und den Zusammenhalt einer Gesellschaft konkret besitzen. Erfolgreiche Konzepte und Leistungen von Social Entrepreneurship und Social Businesses, welche einer karitativen oder staatlichen Lösung gesellschaftlicher Probleme einen im bestverstandenen Sinne marktwirtschaftlichen Denk- und Handlungsansatz an die Seite stellen, finden jedoch bislang in Ausbildung und Unterricht an Schulen, Hochschulen und in der praktischen beruflichen Weiterbildung in Deutschland noch verhaltene Resonanz. So sehr Social Entrepreneurship und Social Business als Ausdruck zivilgesellschaftlichen Engagements und als soziale Innovationen in der Praxis Konjunktur erfahren haben, so zaghaft erst schlägt sich die gesellschaftliche Debatte über ihren Stellenwert in der deutschsprachigen Literatur (jenseits der ‚Bewegungsliteratur‘), in Forschung und Lehre nieder.

Anliegen dieses Bandes ist es daher, das Neue an dem keineswegs neuen Phänomen von gesellschaftlichem Unternehmertum zu ergründen, die Kernideen von Social Entrepreneurship und Social Business mit ihren unterschiedlichen Herangehensweisen, Potentialen und auch Grenzen in die gesellschaftspolitische Debatte einzuordnen, konzeptionell zu schärfen und anhand ausgewählter Beispiele zu konkretisieren – dies nicht allein, um neue Forschungsfelder aufzuzeigen, sondern um insbesondere Lehrenden und Studierenden, Praktikern



und Interessierten weiterführende Handlungsimpulse sowie ganz praktische Handreichungen zu geben.

Wir haben für unser Vorhaben im Vorfeld viel Zuspruch erfahren. Bestärkt und ermutigt hat uns insbesondere die spontane Bereitschaft der 31 beteiligten Autorinnen und Autoren, daran mitzuwirken und ihre Einschätzungen, Erfahrungen und Erkenntnisse beizusteuern. Sie haben mit ihren Beiträgen die wahrlich interdisziplinären Grundlagen für diesen Band gelegt – das Spektrum reicht von der praktischen Theologie über die Soziologie bis zur Finanzwirtschaft, vom Blick der Leitung und Führung gemeinnütziger Organisationen bis zur Beraterperspektive im Profit- oder Non-Profit-Bereich, vom internationalen Wirtschaftsrecht bis zur konkreten Sozialarbeit in Deutschland. Die Aktualität des Bandes und die Dynamik im Feld lassen sich auch am *work in progress* ablesen: So wurde beispielsweise die Forderung vieler AutorInnen nach einheitlichen Standards während des Entstehens dieses Bandes mit einem ersten Reporting Standard eingelöst – in einem der Beiträge wird über aktuellste Zwischenergebnisse berichtet. Allen Beteiligten gebührt unser großer Dank – für ihre inhaltlichen Beiträge, aber auch für ihre Bereitschaft, dem ambitionierten Zeitdiktat der beiden Herausgeber zu folgen und deren Ratschläge und Interventionen zu jeder Zeit konstruktiv anzunehmen.

Unser Dank gilt ferner Frank Engelhardt und Dr. Cori Mackrodt vom VS-Verlag in Wiesbaden, die frühzeitig die Potentiale des Themas gesehen und die Veröffentlichung mit großem Interesse begleitet und unterstützt haben. Unser Buchprojekt zum jetzigen Zeitpunkt erst ermöglicht haben die Kolleginnen und Kollegen der Evangelischen Hochschule Berlin durch die Gewährung der notwendigen Zeit sowie die beiden Vorsitzenden der Stiftung Wirtschaft Verstehen in Essen durch die Übernahme der Druckvorbereitungskosten – auch ihnen schulden wir tiefen Dank. Last but not least möchten wir ganz besonders Dr. Anja Gottburgsen danken, die uns durch ihr sorgfältiges Lektorat zu jedem Zeitpunkt die Sicherheit für mustergültige Druckvorlagen gegeben hat. Alle Fehler und Unzulänglichkeiten verbleiben gleichwohl allein in unserer Verantwortung.

Berlin und Gütersloh, im Dezember 2010

Helga Hackenberg und Stefan Empter