

# Volkswirtschaft Kompakt



Nr. 24, 17. September 2013

## Sozialunternehmen als Investitionsobjekte?

Autoren:

Thomas Scheuerle, Centrum für soziale Investitionen, Universität Heidelberg,  
Albrecht Bauer, Telefon 069 7431-3146, research@KfW.de

Sozialunternehmen erfahren derzeit verstärkte Aufmerksamkeit. Der Gedanke finanziell selbsttragender Lösungen sozialer und ökologischer Probleme macht den Ansatz attraktiv. Tatsächlich gelingt es aber eher selten ohne Förderung eine angemessene Serviceleistung in den wettbewerbsökonomisch schwierigen Bereichen wie Pflege, Jugendhilfe oder Bildung zu erbringen, da z. B. den Zielgruppen die Mittel hierfür fehlen. Dennoch können Sozialunternehmen durch innovative Lösungen starke soziale und auch sozioökonomische Effekte erzielen, mit spürbaren Auswirkungen auf Sozialsysteme und öffentliche Haushalte. Zur weiteren Erschließung des Potenzials sozialer Innovationen können neue Finanzierungsansätze beitragen.

### Der gemeinnützige Dritte Sektor an der Schnittstelle zum Markt

In Deutschland besteht spätestens seit dem 19. Jahrhundert eine eigene sozialunternehmerische Tradition, die auf Persönlichkeiten wie Friedrich Wilhelm Raiffeisen, Herman Schultze-Delitzsch oder Adolf Kolping zurückgeht. Heute entwickeln sich die Sozialunternehmen in Deutschland vor allem aus der Zivilgesellschaft bzw. dem gemeinnützigen Dritten Sektor heraus und bewegen sich in den Feldern des klassischen Wohlfahrtsstaats. Darüber hinaus gibt es jedoch auch einige Organisationen mit Marktwurzeln in Bereichen wie beispielsweise nachhaltiger Mode oder alternativer Energien.

### Probleme bei der Abgrenzung und der Messung sozialer Innovationen

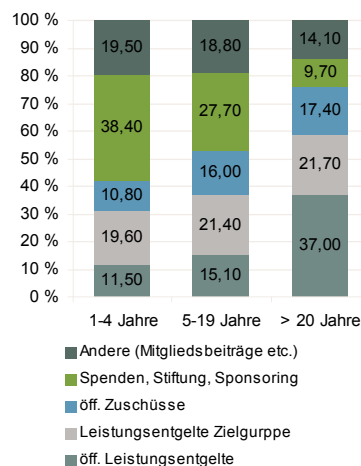
Die Datenlage zu Sozialunternehmen ist aufgrund ungenauer Abgrenzungskriterien noch ausbaufähig. Das Kriterium "erwirtschaftetes Einkommen" trifft zum

Beispiel verlässlich auf die etwa 9.000 gemeinnützigen GmbHs in Deutschland zu, die einen wesentlichen Teil ihres Einkommens auf öffentlichen Quasi-Märkten mit fest definierten Leistungsätzen des Sozialversicherungssystems erwirtschaften. Aber auch andere Rechtsformen (z. B. GmbH, e.V.) werden von Sozialunternehmen gewählt. Noch schwieriger als die Einschätzung der Marktteilnehmer gestaltet sich die Erfassung innovativer Lösungen für soziale Probleme.

### Hybride Finanzierungsstruktur

Sozialunternehmen haben eine besondere Finanzierungsstruktur. Die Finanzierungsinstrumente reichen von privaten Spenden, Sponsoring und Stiftungsmitteln über öffentliche Fördergelder bis hin zu selbsterwirtschaftetem Einkommen auf Märkten und Quasi-Märkten (siehe Grafik). Mit steigendem Umsatz

**Grafik: Finanzierungsstruktur sozialer Unternehmen in Deutschland**



Anmerkung: N=207

Quelle: Mercator Forschungsnetzwerk SE: CSI Heidelberg, TU München, ZU Friedrichshafen.

und Alter des Unternehmens nimmt die Bedeutung leistungsbasierter Einkünfte vor allem aus Quasi-Märkten zu. Letztere sind langfristig eine wesentliche Voraussetzung für die Stabilität der Sozialunternehmen.

### Positive Wirkung durch Innovationen

Innovative Ansätze ermöglichen es häufig, notwendige gesellschaftliche Leistungen (z. B. Betreuung von Senioren und Behinderten) günstiger zu erbringen und dabei die Versorgungsqualität zu erhöhen. Aus volkswirtschaftlicher Sicht werden außerdem oft Folgekosten vermieden. Beispielsweise können gute Jugendhilfeprojekte zur Vermeidung späterer Arbeitslosigkeit oder gar Kriminalität beitragen.

### Hindernisse bei der Nutzung investitionsbasierter Fördermechanismen

Die weitere Erschließung des Potenzials sozialer Innovationen mit Förderinstrumenten auf Basis einer Investitionslogik wird derzeit verstärkt diskutiert. Die KfW unterstützt diesen Trend mit dem Programm zur Finanzierung von Sozialunternehmen. Im Rahmen von Interviews zeigten sich als wesentliche Herausforderungen der Umsetzung: die Vereinbarkeit von sozialen und ökonomischen Zielen, die Messung der sozialen Wirkung, Autonomiebedürfnisse der ideell motivierten Sozialunternehmer sowie die fehlende Finanzierungsfähigkeit.

### Kompetenzaufbau und Transparenz

Notwendig für die Weiterentwicklung des Feldes sozialer Unternehmen sind daher der Auf- und Ausbau von Kompetenzen bei Sozialunternehmen und Investoren sowie eine weiter verbesserte Wirkungsanalyse. Dann können viel versprechende Lösungsansätze auch besser identifiziert und finanziert werden. ■

Ausführlicher Report: [Scheuerle, T., Glänzel, G., Knust, R. und V. Then \(2013\), Social Entrepreneurship in Deutschland. Potentiale und Wachstumsproblematiken. Heidelberg / Frankfurt am Main.](#)