

Begriffs- und Konzeptgeschichte von Sozialunternehmen

Differenztheoretische Typologisierungen¹

Stephan A. Jansen

1. Einleitung

1.1 Phänomen, Begriffsfindung und Forschungsfeld „Sozialunternehmen“

Sozialunternehmen haben in den vergangenen Jahren ein durchaus beachtliches mediales Echo ausgelöst. Die Medialisierungen schienen in ein spezifisches Milieu der „Moralisierung der Märkte“ (vgl. Stehr 2008) und dem daraus entstehenden Bedarf des „Managements der Moralisation“ (vgl. Jansen 2010) zu passen. Es spricht einiges für ein einsetzendes Paradigma des Sozialunternehmens auch in Lehre und Forschung (vgl. auch Nicholls 2010 mit Bezug auf Thomas Kuhn), über dessen Nachhaltigkeit – über eine für Management- und Organisationstheorien nicht unüblichen Modenhaftigkeit im Zuge einer Arenenbildung von interessierten Akteuren (vgl. z. B. Kieser 1996) hinaus – jedoch noch keine Aussage getroffen werden kann.

Als Begriff in den 1980er Jahren von William Drayton – einem ehemaligen Partner der Unternehmensberatung McKinsey & Comp. – lanciert, als erste Unterstützungsorganisation mit Ashoka und derzeit gut 160 Mitarbeitern und über 30 Mio. USD Budget (2006) institutionalisiert sowie mit unzähligen als solchen bezeichneten *Social Entrepreneurs* – davon allein gut 2000 in 70 Ländern von Ashoka geförderten – als Phänomen beobachtbar, steht die wissenschaftliche Forschung zu Sozialunternehmertum nach knapp 30 Jahren noch immer vergleichsweise am Anfang, wie alle wesentlichen Autoren in dieser Debatte wiederholt ausführen (vgl. für viele z. B. Light 2006, 2008; Perrini 2006, Short / Moss / Lumpkin 2009, Zahra et al. 2009 oder aktuell Nicholls 2010). Grundsätzlich wird

1 Diese Version ist 2010 während eines Forschungsaufenthalts an der Stanford University entstanden. Der besondere Dank für diese Zeit gilt Sepp Gumbrecht, der dies ermöglicht hat und mit vielen schönen Abenden zu einem unvergesslichen Aufenthalt machte. Unterstützung habe ich für Zwischenversionen durch Recherchen von Elisabeth Hahnke und Dr. Saskia Richter erfahren. Dem Südkonsortium aus dem CSI Heidelberg sowie der TU München sei herzlich für die sehr kritische Diskussion gedankt.

die Emergenz der fokussierten Forschung auf Mitte der 1990er Jahren zu datieren sein (populärer Startpunkt sicherlich Leadbeater 1997). Der Schwerpunkt der als solche gelabelte Forschung kann in den 2000er Jahren gesehen werden.

In Deutschland hat diese Entwicklung vergleichsweise spät – und wohl weitgehend ursächlich mit der Verleihung des Friedensnobelpreises an die Grameen Bank und Muhammad Yunus – eingesetzt.

1.2 Anforderungen an eine Arbeitsdefinition „Sozialunternehmen“: Einbettung, Kriterien und Theorien

Es steht zu vermuten, dass national unterschiedliche Relevanzen und Akzentuierungen hinsichtlich der konstitutionellen und kulturellen Umwelten im Kontext der bisherigen *gesellschaftlichen Arbeitsteilung zur Identifikation, Produktion, Distribution und Gewährleistung von (Quasi-)Öffentlichen Gütern* (vgl. zusammenfassend Buchanan / Musgrave 2001) hinsichtlich der Initiierung, Organisation und Politikwirksamkeit öffentlicher Debatten über soziale Missstände – im Sinne der „*Neuen Sozialen Bewegungen*“ (vgl. zusammenfassend für Deutschlands Nachkriegszeit Rucht / Roland 2008) – zu beachten sind.

Im Rahmen des deutschen „Mercator Forschungsnetzwerks für Sozialunternehmen | MEFOSE“ wird zunächst eine Arbeitsdefinition mit begriffsgeschichtlichen, definitorischen wie typologisierenden Dimensionen entwickelt. Dies geschieht auf Basis einer internationalen Literaturbasis, durch interdisziplinäre Theoriezugänge sowie auf Grundlage einer groben empirischen Vermessung des größeren Feldes von Interaktions- und Organisationssystemen im so genannten „Sozialen Sektor“.

Die Arbeitsdefinition muss folgende Kriterien erfüllen:

- *Institutionelle Differenz*: Differenzierung zu bestehenden Organisations-/ Interaktionssystemen im so genannten Sozialsektor;
- *Konzeptionelle Eigenständigkeit*: Differenztheoretische Beschreibungskraft insbesondere im Hinblick auf die Attribute des Unternehmerischen sowie des Sozialen;
- *Dimensionale Tiefen-Differenzierbarkeit*: Definition und Konzeptionalisierung müssen multidimensionalen Merkmalen genügen und über Merkmalsausprägungen das Aufzeigen von Zwischenbereichen bzw. Hybriden erlauben;
- *Multi-Perspektivität durch multi-disziplinäre Zugänge*: betriebswirtschaftliche, politik- und verwaltungswissenschaftliche Analysen und Merkmalsbe-

schreibungen zu System und Akteuren des Sozialsektors, des Non Government- und des Non Profit-Bereiches.

Einschränkend sei angemerkt, dass diese Definition aufgrund der eingangs geschilderten nationalen Besonderheiten hinsichtlich der konstitutionellen wie kulturellen Gegebenheiten in gewisser Weise als eine deutsche Arbeitsdefinition zu verstehen sein wird.

Im Anschluss an diese Arbeitsdefinition erfolgt ein quantitativ-empirisches Forschungsdesign für die Bereiche „Bildung“ und „Migration/Integration“ sowie ein (modell-)theoretischer, qualitativ-hermeneutischer Ansatz, um sich den identifizierten Themenstellungen der Sozialunternehmen in der Praxis widmen zu können.

2. Stand der Forschung: Vermessung der weiteren, engeren und komparativen Felder der Sozialunternehmensforschung

2.1 Das weitere Feld: Ausgangsfrage und interdisziplinäre Theorieangebote

Das Forschungsfeld oder das neue Forschungsparadigma der Sozialunternehmen ist in den Kontext verschiedenster Phänomene und deren Theoretisierungsangebote zu setzen. Die Neuheitsvermutung des Phänomens wird in einen (dogmen-) historischen Bezug zu setzen sein.

Ganz allgemein geht es bei dem weiteren Feld der Forschung zu Sozialunternehmen um die Ausgangsfrage,

mit welchen organisatorischen, finanziellen und legitimatorischen Ressourcen können überindividuelle soziale Problembereiche der Gesellschaft (so genannte „public bads“) identifiziert, vergemeinschaftet und innovativ gelöst werden und wie können diese Problemlösungen („public goods“) mit Blick auf unternehmerische wie gesamtgesellschaftliche Effizienz und Effektivität in eine nachhaltige Governance-Struktur gebracht werden?

In den vergangenen Jahrzehnten sind zu dieser Frage in verschiedensten Wissenschaftsdisziplinen tragfähige Beschreibungsangebote, zur Differenzierung von Gründungen von Organisations- und Interaktionssystemen, von Organisations- und Governance-Formen der Märkte sowie des Staates und deren Möglichkeiten zu scheitern, von „Gesellschaftsverträgen“, von Legitimationsressourcen, von (Re-)Finanzierungsinstrumenten bis hin zu Regulierungsanforderungen, veröffentlicht worden.

Weiterhin wurden zahlreiche auch statistische Instrumente für Branchenanalysen und volkswirtschaftliche Gesamtrechnungen entwickelt. Einen kategorial nicht eindeutigen Übersichtskatalog über Theorieangebote soll die folgende Darstellung leisten:

Tabelle 1: Theorieangebote (eigene Darstellung)

Theorieangebote zum weiteren Forschungsfeld Sozialunternehmen	
Theorie	Beispiele für Phänomene und Teildisziplinen
Betriebswirtschaftslehre	Entrepreneurship-Forschung: Gründung, Wachstum, Sicherung. Funktionsorientierte BWL: z. B. Finanzierung, Organisation, Produktion, Vertrieb, Strategie, Controlling, Personal, M&AA etc. Familienunternehmer-Forschung: Nachfolge, Finanzierung
Volkswirtschaftslehre, insb. Neo-Institutionen-/Konstitutionen-Ökonomie	Markttheorien, Sozialwirtschaftsanalysen, Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung, Industrieökonomik; Public Finance, Public Choice, „Gesellschaftsverträge“
Soziologie	Soziale Ungleichheit, soziale Mobilität, Industrie- und Organisationssoziologie, Protestbewegungen, Strukturationstheorie, Soziale Austauschtheorie, Habitusforschung, Netzwerktheorie
Rechts- bzw. Verwaltungswissenschaften	Gesellschaftsrecht, Steuerrechtliche Effekte, Regulierung, New Public Management, Non-Profit-Organisation, Wohlfahrtsorganisationen
Politikwissenschaften	Legitimität, Governance, Non-Government-Organisation, Neue soziale Bewegungen
Politische Ökonomie	Theorie Öffentlicher Güter, Public-Private-Partnerships und Hybride, Parafiski, Theorie des Staatsversagen, Zivilgesellschaft

Im Abschnitt 2.3, 2.4, 2.5 werden der obigen Ausgangsfrage folgend – nach einer zunächst illustrativen Definitionsübersicht mit einer ersten Perspektivierung und Dimensionierung von Sozialunternehmen – komparative Analysen zu den „Neuen Sozialen Bewegungen“, den „Non-Government-Organisations“ und den „Non-Profit-Organisations“ durchgeführt. Diese stellen somit die „Nachbarfelder“ des nun folgenden engeren Feldes dar.

2.2 Das engere Feld: Konkrete Definitionsangebote

Die Forschung mit (1) der *institutionellen Perspektive* der Sozialunternehmen (im Englischen wohl mit *Social Enterprises* bzw. *Social Entrepreneurship* zu fassen) überlagerte sich von Beginn an stark mit (2) der *akteurszentrierten Perspektive* auf Sozialunternehmer im Sinne von Gründern bzw. *Intrapreneuren* im Sinne

von Unternehmen in bestehenden Sozialunternehmen und (3) der *marktzentrierten* bzw. *populationszentrierten Perspektive* auf *Social Business* (nur schwerlich mit dem deutschen Begriff der Sozialwirtschaft zu übersetzen).

In der folgenden Tabelle wird ein Überblick verschiedener Beiträge mit Definitionsangeboten gegeben (vgl. Roder 2010 und zusätzlich Zahra et al. 2009, S. 522) und entsprechend in die drei gezeigten Perspektivierungen einsortiert und mit im Nachgang auszuarbeitenden Dimensionen bewertet.

Tabelle 2: Definitionen, Perspektivierungen und Dimensionen von Sozialunternehmen bzw. Sozialunternehmen im Überblick (eigene Darstellung nach Roder (2010) und Zahra et al. (2009), S. 522)

Überblick verschiedener Beiträge mit Definitionsangeboten			
Autor (Jahr)	Titel des Beitrages	Definition (Eigene Hervorhebung)	Perspektiven und Dimensionen Merkmale
Achleitner/ Pöllath/ Stahl (2007)	<i>Finanzierung von Sozialunternehmern</i>	„Ein Social Entrepreneur ist eine Person, die primär ein <i>soziales Problem</i> lösen will und sich dazu eines <i>unternehmerischen Ansatzes</i> bedient.“	→ Akteursperspektive <i>Wertschöpfungs-Dimension:</i> Lösung eines sozialen Problems
Alvord/ Brown/ Letts (2002)	<i>Social Entrepreneurship and Social Transformation: An Exploratory Study</i>	„Social entrepreneurship creates innovative solutions to immediate <i>social problems</i> and <i>mobilizes the ideas, capacities, resources, and social arrangements</i> required for sustainable <i>social transformations</i> .“	→ Institutionelle Perspektive <i>Mobilisierungs-Dimension:</i> Externe Ressourcen <i>Nachhaltigkeits-Dimension:</i> Soziale Transformation
Austin/ Stevenson/ Wei-Skillern (2006)	<i>Social and Commercial Entrepreneurship – Same, Different, or Both</i>	„We define social entrepreneurship as innovative, social value creating activity that can occur <i>within or across the nonprofit, business, or government sectors</i> .“	→ Institutionelle Perspektive <i>Beziehungs-Dimension:</i> cross-sektorale Aktivität

Überblick verschiedener Beiträge mit Definitionsangeboten

Autor (Jahr)	Titel des Beitrages	Definition (Eigene Hervorhebung)	Perspektiven und Dimensionen Merkmale
Bornstein (2004)	<i>How to Change the World. Social Entrepreneurs and the Power of New Ideas</i>	„Social entrepreneurs are people with <i>new ideas</i> to address major problems who are relentless in the pursuit of their visions, people who simply will not take “no” for an answer, who will not give up until they have spread their ideas as far as they possibly can.“	→ Akteursperspektive <i>Wettbewerbs-Dimension</i> : Neuigkeit
Boschee/McClurg (2003)	<i>Towards a Better Understanding of Social Entrepreneurship – Some Important Distinctions</i>	„A social entrepreneur is any person, in any sector who uses earned income strategies to pursue a social objective, and a social entrepreneur differs from a traditional entrepreneur in two ways: <i>earned income strategies</i> of social entrepreneurs are <i>tied directly to their mission</i> and social entrepreneurs are <i>driven by double bottom line</i> , not only financial results.“	→ Akteursperspektive <i>Wertschöpfungs-Dimension</i> : Lösung soziales Problem <i>Finanzierungs-Dimension</i> : Einnahmen-Sozialziel-Link <i>Ergebnis-Dimension</i> : Zweifache Ergebnisreferenz.
Brinckerhoff (2000)	<i>Social Entrepreneurship – The Art of Mission-Based Venture Development</i>	„Social entrepreneurs have these characteristics: <ul style="list-style-type: none"> • They are constantly looking for <i>new ways</i> to serve their constituencies and to <i>add value</i> to existing services. • They are willing to take <i>reasonable risk</i> on behalf of the people that their organization serves. • They understand the <i>difference between needs and wants</i>. • They understand that all resource allocations are really <i>stewardship investments</i>. • They <i>weigh social and financial return</i> of each of these investments. • They always keep <i>mission first</i>, but know that without money, there is no mission output.“ 	→ Akteursperspektive <i>Wettbewerbs-Dimension</i> : Neuigkeit und (!) Verbesserung <i>Ergebnis-Dimension</i> : Zweifache Ergebnisreferenz <i>Motiv-Dimension</i> : Dominierende Mission mit Finanzierungsbedarf

Überblick verschiedener Beiträge mit Definitionsangeboten			
Autor (Jahr)	Titel des Beitrages	Definition (Eigene Hervorhebung)	Perspektiven und Dimensionen Merkmale
Cho (2006)	<i>Politics, values and social entrepreneurship: a critical appraisal</i>	„(...) social entrepreneurship: a <i>set of institutional practices</i> combining the <i>pursuit of financial objectives</i> with the <i>pursuit and promotion of substantive and terminal values</i> “	→ Institutionelle Perspektive <i>Motiv-Dimension und Ergebnis-Dimension: Verbindung</i>
Dees (2001)	<i>The Meaning of Social Entrepreneurship</i>	„Social entrepreneurs play the role of <i>change agents</i> in the social sector, by: <ul style="list-style-type: none"> • Adopting a mission to <i>create and sustain social value</i> (not just private value). • Recognizing and relentlessly pursuing <i>new opportunities</i> to serve that mission. • Engaging in a process of <i>continuous innovation, adaptation, and learning</i>. • Acting boldly <i>without being limited by resources</i> currently in hand, and • <i>Exhibiting heightened accountability</i> to the constituencies served and for the outcomes created.“ 	→ Akteursperspektive <i>Wertschöpfungs-Dimension: Soziale Werte</i> <i>Innovations-Dimension: Neuigkeit, Lernen</i>
Drayton (2005)	<i>Social Entrepreneurs- Creating a Competitive and Entrepreneurial Citizen Sector</i>	„A leading social entrepreneur is defined by: <ul style="list-style-type: none"> • has a <i>powerful, new system change idea</i> • exhibits (goal-setting and problem-solving) <i>creativity</i> • <i>entrepreneurial quality</i> (someone with a special trait who must absolutely change an important pattern across his whole society) • <i>ethical fiber</i>“ 	→ Akteursperspektive <i>Wertbewerbs-Dimension: Neue Systemlogik</i>

Überblick verschiedener Beiträge mit Definitionsangeboten

Autor (Jahr)	Titel des Beitrages	Definition (Eigene Hervorhebung)	Perspektiven und Dimensionen Merkmale
Fowler (2000)	<i>NGDOs as a moment in history: Beyond aid to social Entrepreneurship or civic innovation?</i>	„Social entrepreneurship is the <i>creation of viable (socio-)economic structures, relations, institutions, organisations and practices</i> that yield and sustain social benefits.“	→ Institutionelle Perspektive <i>Wertschöpfungs-Dimension:</i> Genese von lebensfähigen sozio-ökonomischen Strukturen, Beziehungen, Institutionen und Praktiken
Fueglistaller/ Müller/ Volery (2004)	<i>Social Entrepreneurship</i>	„Social Entrepreneurship ist die Verbindung von unternehmerischem Denken und Handeln mit sozialen Zielen, sei es von professionellen Unternehmen, die ihre soziale Verantwortung wahrnehmen oder von sozialen / kulturellen Unternehmen / Non-Profit-Unternehmen, die durch Entrepreneurship ihre sozialen Ziele besser verwirklichen wollen oder die beide Zieldimensionen gleichberechtigt miteinander verknüpfen möchten.“	→ Institutionelle Perspektive <i>Ergebnis-Dimension:</i> Verbindung von zwei Zieldimensionen <i>Wettbewerbs-Dimension:</i> Neuigkeit und (!) Verbesserung bestehender Organisationen (Gründer und Intrapreneuren)
Harding (2004)	<i>Social enterprise: the new economic engine?</i>	„Entrepreneurs motivated by social objectives to instigate some form of new activity or venture.“	→ Akteursperspektive <i>Wettbewerbs-Dimension:</i> Start Up, Neue Marktteilnehmer
Hibbert/ Hogg/ Quinn (2002)	<i>Consumer response to social entrepreneurship: The case of the Big Issue in Scotland</i>	„Social entrepreneurship can be loosely defined as the use of entrepreneurial behavior for social ends rather than for profit objectives, or alternatively, that the profits generated are used for the benefit of a specific disadvantaged group.“	→ Institutionelle Perspektive <i>Motiv-Dimension:</i> Dominierende Sozialdimension <i>Finanzierungs-Dimension:</i> Subventionierung

Überblick verschiedener Beiträge mit Definitionsangeboten

Autor (Jahr)	Titel des Beitrages	Definition (Eigene Hervorhebung)	Perspektiven und Dimensionen Merkmale
Kramer (2005)	<i>Measuring Innovation: Evaluation in the Field of Social Entrepreneurship</i>	„The term ‘Social Entrepreneur’ refers to (...): One who has <i>created and leads an organization</i> , whether <i>for-profit or not</i> , that is aimed at creating <i>large scale, lasting, and systemic change</i> through the introduction of <i>new ideas, methodologies, and changes in attitude</i> .“	→ Akteursperspektive <i>Finanzierungs-Dimension</i> : For Profit oder Non-Profit, <i>Wettbewerbs-Dimension</i> : skalierte, systemische Veränderung (neuer Marktteilnehmer) <i>Innovations-Dimension</i> : Ideen, Methoden, Verhaltensänderung
Leadbeater (1997)	<i>The rise of the social entrepreneur</i>	„Social entrepreneurs will be one of the most important sources of innovation. Social entrepreneurs identify <i>under-utilised resources</i> – people, buildings, equipment – and find ways of putting them to use to <i>satisfy unmet social needs</i> .“	→ Akteursperspektive <i>Mobilisierungs-Dimension</i> : unterausgenutzte Ressourcen <i>Wertschöpfungs-Dimension</i> : Identifikation von unterausgenutzten Ressourcen.
Light (2005)	<i>Searching for Social Entrepreneurs: Who They Might Be, Where They Might be Found, What They Do</i>	„A social entrepreneur is an <i>individual, group, net-work, organization, or alliance of organizations</i> that seeks sustainable, <i>large-scale change</i> through <i>pattern-breaking ideas</i> in what and/or how <i>governments, nonprofits, and businesses do to address significant social problems</i> .“	→ Populationsperspektive <i>Mobilisierungs-Dimension</i> : groß skalierte Veränderungen <i>Innovations-Dimension</i> : Musterbrechung <i>Wettbewerbs-Dimension</i> : Bezug auf soziale Probleme Staat, Nonprofit und Wirtschaft

Überblick verschiedener Beiträge mit Definitionsangeboten

Autor (Jahr)	Titel des Beitrages	Definition (Eigene Hervorhebung)	Perspektiven und Dimensionen Merkmale
Mair/ Noboa (2003)	<i>How Intentions to Create a Social Enterprise get Formed</i>	„Social Entrepreneurship is the <i>innovative use of resource combinations</i> to pursue opportunities aiming at the creation of organizations and / or practices that yield and sustain <i>social benefits</i> .“	→ Institutionelle Perspektive <i>Mobilisierungs-Dimension</i> : Ressourcen-Rekombination mit sozialen Nutzen (Schumpeter)
Martin/ Osberg (2007)	<i>Social Entrepreneurship: The Case for Definition</i>	„We define social entrepreneurship as having the following three components: (1) Identifying a <i>stable but inherently unjust equilibrium that causes the exclusion, marginalization, or suffering of a segment of humanity</i> that lacks the financial means or political clout to achieve any transformative benefit on its own. (2) Identifying an opportunity in this unjust equilibrium, developing a social value proposition, and bringing to bear inspiration, creativity, direct action, courage, and fortitude, thereby challenging the state's hegemony; and (3) forging a new, stable equilibrium that releases trapped potential or alleviates the suffering of the targeted group, and through <i>imitation and the creation of a stable ecosystem</i> around the new equilibrium ensuring a better future for the targeted group and even society at large.“	→ Institutionelle und Populations-Perspektive <i>Wertschöpfungs-Dimension</i> : Transformation von stabilen, inhärenten Ungleichgewichten der Gesellschaft durch finanzielle Mittel bzw. politischer Schlagkraft, Identifikation solcher Ungleichgewichte und Entwicklung eines Business Modells <i>Beziehungs-Dimension</i> : neues stabiles Ökosystem <i>Wettbewerbs-Dimension</i> : Herausforderung der staatlichen Vorherrschaften

Sozialunternehmen in Deutschland
Analysen, Trends und Handlungsempfehlungen
Jansen, S.A.; Heinze, R.; Beckmann, M. (Hrsg.)
2013, XVIII, 372 S. 30 Abb., Softcover
ISBN: 978-3-658-01073-7