

# Einleitung

## a) Gesellschaftliche Relevanz des Themas und Anliegen der Publikation

Inwieweit können innovative Lösungen für soziale Probleme mit unternehmerischen Mitteln entwickelt und vorangetrieben werden? Diese Leitfrage bietet einen guten Einstieg in das Forschungsfeld Social Entrepreneurship. Seit den 90er Jahren wird deutlich, dass sich der deutsche Sozialstaat in einer finanziellen Krise befindet und trotz vieler Reformbemühungen immer weniger in der Lage ist, auf die sich schnell verändernden, politischen, wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Strukturen und komplexen Probleme zu reagieren und Antworten zu finden. Wer aber stellt sich den gesellschaftlichen Anforderungen und entwickelt flexible und differenzierte Lösungen? Eine zentrale These der Social Entrepreneurship Forschung im angloamerikanischen Raum lautet, dass staatliche Einrichtungen mit ihren zentralisierten und bürokratischen Entscheidungsfindungen nur bedingt geeignet sind, innovative Lösungsansätze zu generieren. Vielmehr gingen die meisten Innovationen und kreativen Lösungen von kleineren, dynamischeren Unternehmensgründungen aus (vgl. bereits SCHUMPETER, 1950, 214f. oder DEES, 2001). Dabei ist ein Kerngedanke von Social Entrepreneurship, dass Unternehmergeist und die Effizienz der Privatwirtschaft zur Lösung gesellschaftlicher Probleme und zur Verwirklichung sozialer Ziele eingesetzt werden. Doch inwieweit lässt sich diese Sichtweise auf Deutschland übertragen? Welche Spezifika gilt es hier zu berücksichtigen? Anders als etwa in den USA ist die Organisation des „Sozialen“ in Deutschland durch die wohlfahrtsverbandlichen, historisch gewachsenen Strukturen geprägt. Dabei fällt dem Staat traditionell eine starke Verantwortlichkeit zu. Es herrschen also andere Rahmenbedingungen, die man mit einkalkulieren muss,

wenn man das Potenzial des Social Entrepreneurships in Deutschland richtig einschätzen will.

Die vorliegende Publikation »Social Entrepreneurship Projekte - unternehmerische Konzepte als innovativer Beitrag zur Gestaltung einer sozialen Gesellschaft: Theoretische Grundlagen – empirische Skizzen – kompetenztheoretische Bezüge und curriculare Konsequenzen« widmet sich den Entfaltungsmöglichkeiten von Social Entrepreneurship in Deutschland. Dabei wird der relevante Kontext, in dem sich Social Entrepreneurship bewegt, und der maßgeblich durch wohlfahrtsverbandliche Strukturen und eine Vielzahl weiterer Akteure ausgestaltet ist, berücksichtigt. Die zentrale Fragestellung, welchen Beitrag Social Entrepreneurship bei der Entwicklung und Verbreitung innovativer Lösungsansätze für gesellschaftliche Herausforderungen leisten kann, wird am Beispiel von zwanzig ausgewählten Social Entrepreneurship Projekten aufgezeigt und analysiert. Neben der inhaltlichen Auseinandersetzung mit Social Entrepreneurship wird das Thema auch aus einer Bildungsperspektive beleuchtet. Die Fragestellung lautet dann, in welcher Gestalt Bildung dazu beiträgt, Social Entrepreneurship zu fördern? Zur Beantwortung dieser Fragestellung wird Social Entrepreneurship im zweiten Teil als Gegenstand und Ziel von Bildungsprozessen genauer in den Blick genommen. Die Förderung von sozialunternehmerischer Kompetenzentwicklung wird durch die Konzeption eines Bildungsmodells konkretisiert und in die Praxis übertragen. Dabei bildet der Hochschulkontext den Bezugsrahmen für diese Konzeption.

#### b) Forschungsstand, Begriffe, Abgrenzungen und Definitionsprobleme

Nachdem die erste Welle abgeklungen ist, in der eher deskriptive und populärwissenschaftliche Arbeiten veröffentlicht wurden, die vor allem einzelne Projekte bzw. erfolgreiche „Social Entrepreneurs“<sup>1</sup> vorstellten, hat sich auch in Deutschland ein Forschungsfeld entwickelt, welches

---

<sup>1</sup> Zu nennen sind hier beispielsweise LEADBEATER 1997 oder BORNSTEIN 2007.

unter der Begrifflichkeit „Social Entrepreneurship“ firmiert. Erforscht werden zumeist institutionelle, unternehmerische, finanzielle und rechtliche Rahmenbedingungen, die förderliche oder hinderliche Auswirkungen auf das Entstehen und Bestehen von Social Entrepreneurship haben können (vgl. dazu vor allem ACHLEITNER, 2006, ACHLEITNER, 2007, ACHLEITNER et. al. 2009). In diesen Forschungsarbeiten sind in disziplinärer Hinsicht vor allem die Wirtschaftswissenschaften vertreten (vgl. MAIR et.al. 2006, LIGHT 2008, NICHOLLS 2006a/b). Forschungsansätze hingegen, die das Phänomen Social Entrepreneurship im Zusammenhang mit der Zukunftsperspektive des sozialen Staates und der Auseinandersetzung unter der Fragestellung betrachten, welche Akteur Konstellationen Verantwortung übernehmen und wie ihr Zusammenspiel gestaltet sein sollte, sind eher in den Sozialwissenschaften angesiedelt (vgl. z.B. BIRKHÖLZER, 2011). Diese unterschiedlichen disziplinären Zugänge, aber auch verschieden gelagerte Erkenntnisinteressen und Praxisbezüge begründen das mittlerweile heterogene Forschungsfeld. Je nach Ansatz betrachten die Forschungen zudem entweder den Social Entrepreneur als Einzelakteur oder fokussieren eher die Kontexte, in denen sich Social Entrepreneurship entwickelt (vgl. JÄHNKE, et.al. 2011, S.10). Schwierig ist, dass das grundsätzliche Verständnis, je nach Perspektive, Praxisbezug oder disziplinärer Verortung oszilliert und zudem unter dem gleichen Begriff oft etwas Unterschiedliches verstanden wird. Dabei scheint der Gegenstand in einer ersten Annäherung zunächst simpel: Aus der Verbindung der beiden Pole „sozial“ und „unternehmerisch“ entsteht die Logik des „Social Entrepreneurship“. Nach Definition von DEES, handelt derjenige sozialunternehmerisch, der ein soziales Problem erkennt, eine (Geschäfts-) Lösung dafür entwickelt und die Risiken der Umsetzung in eigener Verantwortung auf sich nimmt. Dabei soll vorrangig der gesellschaftliche Nutzen maximiert werden, und nicht in erster Linie der eigene finanzielle Vorteil (vgl. DEES, 2002). Auch wenn diese Definition zunächst einfach klingt, ergeben sich sowohl in der wissenschaftlichen Auseinandersetzung, als auch in den Formen, in denen sich Social Entrepreneurship manifestiert, erhebliche Differenzen und Spielarten. Das Fehlen einer Eindeutigkeit bietet Raum für vielfältige Assoziationen, Idealisierungen,

Befürchtungen, Vorurteile und Ängste. So verbinden einige, insbesondere wenn Social Entrepreneurship mit der deutschen Bezeichnung „Soziales Unternehmertum“ übersetzt wird, mit dem Begriff etwa kommerzielle Anbieter, die in einem sozialen Dienstleistungsfeld agieren und auf Kosten von Qualität und Menschlichkeit beträchtliche Gewinne machen. Knappe Mittel, Privatisierung, Kürzung, Einsparungen führen zu ökonomischer Durchdringung des Sozialen und dies auf Kosten der Inhalte, so die Befürchtungen.

Andere verbinden mit dem Begriff sozial engagierte kommerzielle Unternehmer, die beispielsweise Stiftungen gründen, um soziale Projekte zu unterstützen oder zu initiieren, bessere Rahmenbedingungen für ihre Mitarbeiter schaffen oder sich ökologisch nachhaltig verhalten. Im Vordergrund aber steht auch bei diesen Unternehmen das wirtschaftliche Handeln, dass aber zudem sozial verantwortungsbewusst und nachhaltig angelegt ist. Diese unternehmerische Gesellschaftsverantwortung, welche immer über die bloße Erfüllung von sozialgesetzlichen Vorschriften hinausgeht, wird inzwischen allgemein als „Corporate Social Responsibility“ bezeichnet (vgl. BASSEN, JASTRAM, MEYER, 2005, S. 231-236).<sup>2</sup> Auch eine verstärkt ethische Bewertung der Waren durch die Konsumenten – so die Argumentation – führt dazu, dass Unternehmen zunehmend unter einen gewissen moralischen Druck geraten und Aspekte wie Umweltschutz, soziale Gerechtigkeit, Arbeitsrecht etc. in der Produktion und Distribution zu wichtigen Verkaufsfaktoren werden (vgl. BALGAR, 2011, S.90).

Ähnlich der Idee, wirtschaftlich arbeitende Unternehmen als verantwortliche Akteure mit in die Gestaltung einer sozialen Gesellschaft einzubinden, ist diese Zielsetzung ebenso mit dem Konzept des Bürgerschaftlichen Engagements verknüpft. Zwar grenzt sich die Idee, dass Bürger

---

<sup>2</sup> In weiten Teilen des fachlichen Gebrauchs, insbesondere international, hat sich der Originalbegriff ‚Corporate Social Responsibility‘ als Übersetzung für ‚gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen‘ durchgesetzt.

freiwillig und ohne Bezahlung für gesellschaftliche oder soziale Belange aktiv werden, von der des Social Entrepreneurships ab. Doch in der Praxis finden sich tatsächlich immer wieder sozialunternehmerische, hybride Projekte, die vielfach ohne die Mitwirkung ehrenamtlich tätiger Menschen nicht existieren könnten - oder sogar aufgrund von Bürgerschaftlichem Engagement entstanden sind.

Diese Diskurse weisen bereits darauf hin, dass sektorale Grenzen zusehends verwischen. Zum einen greift Bürgerschaftliches Engagement und die Zusammenschlüsse von Bürgern vermehrt auf ökonomische Praktiken zurück, zum anderen kümmern sich wirtschaftlich ausgerichtete Unternehmen aber auch zunehmend um soziale Probleme (vgl. BALGAR, 2011, S.90). Doch, auch wenn in der Praxis die Grenzen häufig fließend sind, plädiert etwa JÄHNKE dafür, den Begriff Social Entrepreneurship formal zum einen von Bürgerschaftlichem Engagement und zum anderen von der Corporate Social Responsibility zu trennen. Vom Bürgerschaftlichen Engagement grenzt sich Social Entrepreneurship durch den strategischen unternehmerischen Ansatz ab. Von Corporate Social Responsibility unterscheidet sich Social Entrepreneurship dadurch, dass bei der Unternehmung an sich der soziale, und nicht der ökonomische Zweck an erster Stelle steht. Ein Unternehmen, welches dem Forschungsfeld Social Entrepreneurship zugerechnet wird, begründet laut dieser Abgrenzung sein Entstehen und seine Existenz durch diese nach außen formulierten sozialen Ziele (vgl. JÄHNKE, 2011, S.9ff).

Neben der Möglichkeit, den Forschungsgegenstand inhaltlich zu erfassen und abzugrenzen, und dabei seine kontextuelle Verortung zwischen Staat, Markt, Bürgern, Wohlfahrtsverbänden und Selbsthilfeorganisationen zu reflektieren, versuchen andere Autoren sich dem Gegenstand zunächst über zentrale Begriffskonzeptionen zu nähern. Die Bezeichnungen Entrepreneurship oder Entrepreneur leiten sich aus dem französischen Verb „entreprendre“ ab, was mit „etwas beginnen“ bzw. „etwas unternehmen“ übersetzt werden kann. Diese Begrifflichkeiten werden ebenso im angloamerikanischen Sprachgebrauch verwendet wie auch in

den meisten aktuellen deutschsprachigen Publikationen und somit nicht mehr übersetzt. Eine Zeitlang fanden im deutschen Sprachraum die Begriffe „Soziales Unternehmertum“ und „Sozialunternehmer“ häufig Verwendung. Diese Begrifflichkeiten bringen jedoch den Kerngedanken des Social Entrepreneurships nicht zum Ausdruck. So merkt beispielsweise FALTIN an, dass nicht jeder Unternehmer auch ein Entrepreneur ist (vgl. FALTIN 2008, S.33ff.). HEINZE verwendet in seinen Publikationen ebenfalls die im Angloamerikanischen übliche Bezeichnung „Social Entrepreneurship“ und erläutert, ausgehend von den Teilbegriffen „Social“ und „Entrepreneurship“, deren Bedeutungskontext. Sozial ist, wenn eine Gesellschaft Rahmenbedingungen schafft, um auch ihren schwächeren Mitgliedern Entfaltungsmöglichkeiten zu bieten, die sie brauchen. Als „Social“ bezeichnet HEINZE solche Entrepreneurships die sich mit ihren Dienstleistungen an Menschen in besonderen Problemlagen richten und dazu dienen, diese Problemlagen zu verringern. Den Begriff Entrepreneurship umschreibt er als innovationsorientiertes, strategisches und seine Risiken selbst verantwortendes Handeln von Organisationen (vgl. HEINZE et.al. 2011, S.91). Personen, die solche unternehmerischen Prozesse initiieren, werden entsprechend Entrepreneurs genannt. Auch in der vorliegenden Publikation findet sich die im Angloamerikanischen verwendete Bezeichnungen „Social Entrepreneurship“, da auf diese Weise das prozesshafte, unternehmerische Agieren unmissverständlicher zum Ausdruck kommt, als dies mittels deutscher Bezeichnungen der Fall wäre.<sup>3</sup>

### c) Persönliche Beweggründe und Überzeugungen

Für die Autorin der vorliegenden Publikation steht die Überlegung im Vordergrund, dass Social Entrepreneurship auch in Deutschland ein interessanter Ansatz zur Lösung sozialer Probleme sein kann und dabei gleichzeitig ein mögliches berufliches Betätigungsfeld für Entrepreneurs

---

<sup>3</sup> In Kapitel 4.7 erfolgt anhand der zentralen Begrifflichkeiten „unternehmerisches Handeln und Denken“, „sozial“ und „innovativ“ eine vertiefte Auseinandersetzung.

aus erziehungs- und sozialwissenschaftlichen Disziplinen darstellt. Hinzu kommt die Hoffnung, dass die Übernahme sozialer Verantwortung durch Social Entrepreneurs frischen Wind in teilweise verkrustete Strukturen bringt und dabei einen lokalen, lebensweltlichen Bezug aufweist, der die Entwicklung innovativer sozialer Konzeptionen voranbringt. Meine persönliche Überzeugung, dass sich Hilfe mit unternehmerischen Prinzipien organisieren und realisieren lässt, bedeutet jedoch nicht, einen Legitimationspfad für private Zuständigkeit und den Abbau sozialstaatlicher Hilfeleistungen breit zu treten. Vielmehr bewegt mich die Fragestellung, wie in einer geteilten Verantwortlichkeit gerechte, gesellschaftliche Rahmenbedingungen für unterschiedliche Lebensentwürfe geschaffen werden können, ohne dabei Verlierer und Gewinner zu produzieren. Darüber hinaus interessiert mich, welchen Beitrag Bildung bei der Entwicklung von sozialen Innovationen spielen kann. Basierend auf einem Bildungsverständnis, dass Menschen die Möglichkeit geben sollte, in einem reflexiven Prozess eigene Interessenschwerpunkte herauszuarbeiten, Gesellschafts-, Problem- und Praxisbezüge herzustellen und Interdisziplinarität kennen zu lernen, komme ich zu der Überzeugung, dass Selbstständigkeit, gesellschaftliche Verantwortungsübernahme und sozialunternehmerische Kompetenz wichtige Ziele von Bildung sind. Die Förderung von Kompetenzentwicklung und die Organisation von Bildungsprozessen gehören zu den elementaren Aufgabenbereichen der Erwachsenenbildung. Dabei ist der Gegenstand Social Entrepreneurship auch in Bildungszusammenhängen bislang überwiegend im Bereich der Wirtschaftswissenschaften angesiedelt und der wissenschaftliche Erkenntnisstand eines kompetenztheoretischen Diskurses wird nicht systematisch als Bezugsgröße für die Entwicklung von Bildungskonzeptionen genutzt. Diese Lücke versucht die vorliegende Publikation zu schließen: Grundlage für die Entwicklung bildungskonzeptioneller Ideenskizzen bilden einerseits ein erwachsenenpädagogisches theoretisches Verständnis von Bildung und andererseits die Erkenntnisse des in den Sozial- und Erziehungswissenschaften geführten kompetenztheoretischen Diskurses. Mit dieser Verortung und Bezugnahme ist die Hoffnung verknüpft, dass das unternehmerische Feld in Zukunft, insbesondere in der

Lehre, nicht nur durch betriebs- und finanzwirtschaftliche Disziplinen dominiert bleibt, sondern weitere Disziplinen wie etwa die Erziehungs- und Sozialwissenschaften oder die Psychologie ihre Ressourcen und Potentiale mit einbringen. Solch eine Öffnung bewirkt zweierlei: Einerseits entwickelt sich Social Entrepreneurship zu einer fachübergreifenden Domäne, in der Transdisziplinarität gefragt ist und der Austausch zwischen verschiedenen disziplinäre Sichtweisen das Forschungs- und Handlungsfeld Social Entrepreneurship bereichern. Andererseits führt solch eine Öffnung dazu, dass sich auch Menschen mit der Idee befassen, unternehmerisch bzw. sozialunternehmerisch tätig zu werden, die dies bislang eher selten als berufliche Option verstanden haben.

Social Entrepreneurship Projekte  
Unternehmerische Konzepte als innovativer Beitrag zur  
Gestaltung einer sozialen Gesellschaft  
Schwarz, S.  
2014, XXVI, 337 S. 3 Abb., Softcover  
ISBN: 978-3-658-05169-3