



Social Finance

**DER SOZIALE KAPITALMARKT
IN EUROPA MIT EINEM BESONDEREN
FOKUS AUF ÖSTERREICH**

Design:
Andreas Pohancenik
(Practice + Theory)

**Social Finance – Der soziale Kapitalmarkt in Europa
mit einem besonderen Fokus auf Österreich**

The European Liberal Forum (ELF)
+ NEOS LAB (editors)

First edition, first print

Printed by Printpool 2016

ISBN: 978-3-200-04897-3

Published by the European Liberal Forum asbl
with the support of NEOS LAB.

Co-funded by the European Parliament. Neither the European Parliament nor the European Liberal Forum asbl are responsible for the content of this publication, or for any use that may be made of it. The views expressed herein are those of the author(s) alone. These views do not necessarily reflect those of the European Parliament and/or the European Liberal Forum asbl.

Social Finance

DER SOZIALE KAPITALMARKT IN EUROPA MIT EINEM BESONDEREN FOKUS AUF ÖSTERREICH

Dr. Wolfgang Spiess-Knafl

Next Generation Impact



**Im Auftrag des
European Liberal Forum (ELF) &
NEOS Lab**

Dr. Wolfgang Spiess-Knafl arbeitete nach dem Studium des Wirtschaftsingenieurwesen-Maschinenbaus an der TU Wien als M&A-Analyst in der Investment Banking Division von Morgan Stanley. Anschließend promovierte er zum Thema „Finanzierung von Sozialunternehmen“ bei Prof. Dr. Dr. Ann-Kristin Achleitner am Lehrstuhl für Entrepreneurial Finance der Technischen Universität München. Danach arbeitete er als Post Doctoral Research Fellow am Civil Society Center der Zeppelin Universität und hat in dieser Zeit Studien und Projekte u.a. für die Europäische Kommission, das deutsche Bundesministerium für Wirtschaft und Energie und die belgische König-Baudouin-Stiftung durchgeführt. 2016 gründete er Next Generation Impact in Wien und widmet sich insbesondere der Konzeption von Social-Impact-Strategien.

Wolfgang Spiess-Knafl

E-Mail: wolfgang.spiess-knafl@next-generation-impact.com

Der Autor dankt den folgenden Gesprächspartnern (in alphabetischer Reihenfolge):

Günter Benischek (Erste Bank), Eva Kristina Miklautz (Bundesministerium für Arbeit, Soziales und Konsumentenschutz), Shifteh Hashemi (arbeitplus), Markus Freiburg (Finanzierungs-agentur für Social Entrepreneurship), Marie Ringler (Ashoka Österreich), Ralf Sange (Gründer 50plus) und Björn Strüwer (Roots of Impact).

Ein besonderer Dank gilt Dieter Feierabend für wertvolle Hinweise.

Vorwort

Sehr geehrte Damen und Herren,

bereits im 15. Jahrhundert haben die Italienischen „Monte di Pietà“ Pfandleihgeschäfte angeboten, mittels deren in Armut lebende Menschen niedrig verzinste Mikrokredite aufnehmen konnten, da sie bei „klassischen“ Banken kein Geld bekamen. Soziales Investment – unabhängig davon in welcher Form – hat eine lange und wechselvolle Geschichte hinter sich, wenngleich das Thema heutzutage oftmals nicht in der öffentlichen Debatte aufscheint. Doch gerade heutzutage ist dieses Thema wichtiger denn je.

Seit der Wirtschafts- und Finanzkrise stellen wir uns Grundsatzfragen, nach welchen Regeln unser wirtschaftliches Handeln richten soll, und welchen Beitrag Unternehmen zur Lösung gesellschaftlicher Probleme beitragen können. Wirtschaft und Soziales müssen nicht zwingend getrennt voneinander gedacht und betrachtet werden. Seit einigen Jahren zeigt sich, dass die derzeit in den Arbeitsmarkt drängenden „Millennials“ – also die Generation der momentan 16-30 Jährigen – sich von älteren Generationen in Bezug auf die Anforderungen an die Arbeitswelt sehr stark unterscheiden. Die soziale Dimension des Arbeitens und die Nachhaltigkeit der geleisteten Tätigkeit wird – auch außerhalb von Sozialberufen oder Firmen-Charity – als essenzieller Bestandteil des Arbeitens gesehen. Nicht zuletzt die Frage welche Aufgaben der Sozialstaat im 21. Jahrhundert bei immer knapper werdenden Kassen leisten soll, führt zu der Frage wie und unter welchen Bedingungen es zu sozialen Innovationen in unserer Gesellschaft kommen kann.

Eine wichtige Rolle bei all diesen Fragen spielen Sozialunternehmen, die unternehmerisches Handeln mit sozialer Zielsetzung verbinden. In den letzten Jahren hat sich auf unternehmerischer Seite einiges getan: Firmen wie Discovering Hands, bei denen blinde Frauen bei der Brustkrebsfrüherkennung eingesetzt werden, sorgen für eine bessere Einbindung von blinden Menschen in den Arbeitsmarkt, die bisherige Systeme und Förderungen nicht bieten konnten. Dies ist ein gutes Beispiel von sozialer Innovation – im konkreten Fall aus arbeits- und gesundheitspolitischer Perspektive – die einen sozialen und ökonomischen Mehrwert für unsere Gesellschaft darstellt. Gleichzeitig zeigt sich, dass Sozialunternehmen am „klassischen“ Kapitalmarkt oftmals nicht oder nur unter erschwerten Bedingungen Fuß fassen können. Social Finance befasst sich mit der Finanzierung solcher sozialunternehmerischer Modelle.

Während sich auf Seiten der Unternehmen in den letzten Jahren schon viel getan hat und im Bereich der Finanzierung sozialer Innovationen momentan ein Ökosystem entsteht, das eine Reihe interessanter Akteure beinhaltet, hinkt die öffentliche Debatte – insbesondere in der Politik – oftmals noch hinterher. Die Fragen ob und welche rechtlichen Rahmenbedingungen soziale Innovationen fördern, unter welchen Bedingungen sich diese Unternehmen finanzieren und welche bisherigen Paradigmen neu gedacht werden müssen – beispielsweise die Frage, was Gemeinnützigkeit im 21. Jahrhundert bedeutet – werden in Europa und insbesondere in Österreich kaum geführt. Die Grenzen zwischen staatlichem und privaten Handeln werden gerade neu definiert. Dementsprechend muss auch in unserer Gesellschaft und der Politik dieses Thema eine wichtigere Rolle spielen als bisher. Abgesehen von Einzelinitiativen kann im politischen System derzeit keine systematische oder nachhaltige Beschäftigung mit diesen Themen beobachtet werden. NEOS Lab widmet sich mit dieser Studie als erster politischer Think-Tank in Österreich dem Thema Social Finance.

Josef Lentsch

Direktor NEOS Lab

Abstract

This study covers Social Finance as the financing of social enterprises. Social enterprises are important drivers behind social innovations and social change. Their business models provide services or goods with a social value or integrate the target group in the production process.

This study analyzes the business models and definitions for social entrepreneurship as well as the prevalence of social enterprises across the European Union with a focus on Austria. In the third chapter the financing options and instruments are discussed as well as the actors who constitute the emerging social capital market. The author also covers the motives of the different investors and analyzes the weaknesses of the social capital market.

Subsequently, three interesting developments are discussed. Hybrid investment structures are emerging, private investors are increasingly offered social investments and there is a stronger focus on pay for results models within public authorities which integrate the analysis of the social impact.

The findings of the study help to formulate recommendations for the public sector, the capital providers, the civil society and social enterprises to support the growth and development of the social capital market. The recommendations are structured to boost demand and supply of the financing for social enterprises.

Inhaltsverzeichnis

ABBILDUNGSVERZEICHNIS	9
TABELLENVERZEICHNIS	10
VERZEICHNIS DER CASE STUDIES	11
EXECUTIVE SUMMARY	13
1 EINFÜHRUNG	15
1.1 NEUE GESELLSCHAFTLICHE TEKTONIKEN	15
1.2 EIN NEUER KAPITALMARKT	16
1.3 EINE NEUE GENERATION VON UNTERNEHMERN	16
2 SOCIAL ENTREPRENEURSHIP ALS KEIMZELLE DES SOZIALEN KAPITALMARKTS	17
2.1 SOCIAL ENTREPRENEURSHIP	17
2.1.1 SOZIALE INNOVATIONEN	18
2.1.2 SOZIALE GESCHÄFTSMODELLINNOVATIONEN	20
2.1.3 DEFINITIONEN	21
2.2 RELEVANZ VON SOZIALUNTERNEHMEN	23
2.2.1 ÖSTERREICH	23
2.2.2 EUROPÄISCHES UMFELD	25

3 DER SOZIALE KAPITALMARKT	26
3.1 FINANZIERUNG VON SOZIALUNTERNEHMEN	26
3.1.1 INNENFINANZIERUNG	28
3.1.2 AUSSENFINANZIERUNG	30
3.2 AKTEURE DES SOZIALEN KAPITALMARKTS	31
3.2.1 SOZIAL-ETHISCHE BANKEN	32
3.2.2 SOCIAL-VENTURE-CAPITAL-FONDS	32
3.2.3 CROWDFUNDING-PLATTFORMEN	33
3.2.4 SOCIAL INVESTMENT ADVISORS	34
3.2.5 ANDERE	34
3.3 KAPITALGEBER	34
3.3.1 INVESTOREN OHNE RENDITEERWARTUNG: SPENDER UND STIFTUNGEN	34
3.3.2 INVESTOREN MIT REDUZIERTER RENDITEERWARTUNG: SOZIALE INVESTOREN	35
3.3.3 INVESTOREN MIT MARKTGERECHTER RENDITEERWARTUNG: MARKTINVESTOREN	35
3.4 KONFLIKTE DURCH DIE FINANZIERUNGSSTRUKTUR	35
3.5 SCHWÄCHEN DES SOZIALEN KAPITALMARKTS	37
3.5.1 ANGEBOT NACH FINANZIERUNG	37
3.5.2 NACHFRAGE NACH FINANZIERUNG	37

4 AKTUELLE ENTWICKLUNGEN	39
4.1 PAY-FOR-RESULTS-MODELLE	41
4.2 HYBRIDE ENTWICKLUNGEN	41
4.3 ÖFFNUNG DES SEKTORS FÜR ANLEGER	43
5 HANDLUNGS- EMPFEHLUNGEN	43
5.1 ÖFFENTLICHE HAND	43
5.1.1 STÄRKUNG DES ANGEBOTS	44
5.1.2 STÄRKUNG DER NACHFRAGE	44
5.1.3 ALLGEMEINES	45
5.2 KAPITALGEBER	46
5.2.1 STÄRKUNG DES ANGEBOTS	46
5.2.2 STÄRKUNG DER NACHFRAGE	46
5.2.3 ALLGEMEINES	47
5.3 ZIVILGESELLSCHAFT	47
5.3.1 STÄRKUNG DES ANGEBOTS	47
5.3.2 STÄRKUNG DER NACHFRAGE	47
5.3.3 ALLGEMEINES	48
5.4 SOZIALUNTERNEHMEN	48
LITERATURVERZEICHNIS	50

Abbildungsverzeichnis

ABBILDUNG 1: DAS ÖKOLOGISCHES SYSTEM FÜR SOZIALUNTERNEHMEN IN ÖSTERREICH	24
ABBILDUNG 2: GESCHÄFTSMODELL VON DISCOVERING HANDS	27
ABBILDUNG 3: KLASSIFIZIERUNG DER EINKOMMENSCHMÖGLICHKEITEN	28
ABBILDUNG 4: FINANZIERUNGSMITTEL	30
ABBILDUNG 5: AKTEURE DES SOZIALEN KAPITALMARKTS	31
ABBILDUNG 6: MÖGLICHE FINANZIERUNGSKONFLIKTE	36
ABBILDUNG 7: FUNKTIONSWEISE EINES SOCIAL IMPACT BONDS	40
ABBILDUNG 8: INVESTITIONSSPEKTRUM	42

Tabellenverzeichnis

TABELLE 1:	
SOZIALE INNOVATIONEN - TEIL 1	19
TABELLE 2:	
SOZIALE INNOVATIONEN - TEIL 2	19
TABELLE 3:	
TYPEN SOZIALER GESCHÄFTSMODELLINNOVATIONEN	21
TABELLE 4:	
ANZAHL VON SOZIALUNTERNEHMEN IN DEUTSCHLAND	25
TABELLE 5:	
EINNAHMENVERTEILUNG JE THEMENFELD	29
TABELLE 6:	
BILANZDATEN VON SOZIAL-ETHISCHEN BANKEN (AUSWAHL)	32
TABELLE 7:	
BEISPIELE VON SOZIALEN INVESTITIONEN VON VENTURE-PHILANTHROPY-FONDS	33
TABELLE 8:	
ABGELEITETE HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN	43
TABELLE 9:	
KOSTENANGABEN FÜR SOZIALE BEREICHE (AUSWAHL)	46

Verzeichnis der Case Studies

CASE STUDY 1:

GRÜNDER 50PLUS

18

CASE STUDY 2:

DEFINITION VON SOZIALUNTERNEHMEN

22

CASE STUDY 3:

DISCOVERING HANDS

27

Executive Summary

Social Finance im Sinne dieser Studie ist die Finanzierung sozialer Innovationen bzw. von Sozialunternehmen, deren Geschäftsmodelle gesellschaftlichen Mehrwert schaffen. Sozialunternehmen stehen für soziale Problemlösungskompetenz aus der Mitte der Zivilgesellschaft. Sie entwickeln Geschäftsmodelle, die Produkte oder Dienstleistungen mit einem sozialen Mehrwert bereitstellen oder deren Herstellungsprozess sozial ist. Sie bemühen sich um soziale und wirtschaftliche Integration von Randgruppen, bieten soziale Dienstleistungen, reduzieren die Umweltbelastung, entwickeln Müllverwertungs- und vermeidungskonzepte und produzieren sogar erneuerbare Energie.

Rund um Sozialunternehmen ist in Österreich eine lebendige Community mit einem eigenen Ökosystem entstanden. Dazu gehören Universitäten, Stiftungen, Social-Venture-Capital-Fonds, Co-Working-Spaces oder auch die Politik und Verwaltung auf allen Ebenen.

Die Finanzierung solcher Unternehmen erfolgt dabei über den sozialen Kapitalmarkt. Dieser Kapitalmarkt bringt Angebot und Nachfrage zusammen, aber ist noch im Anfangsstadium, obwohl er europaweit bereits einige Milliarden schwer ist. Damit sich dieser soziale Kapitalmarkt entwickeln kann, müssen sowohl die Schwächen auf der Angebots- als auch der Nachfrageseite analysiert und adressiert werden.

Die Adressierung dieser Punkte erfolgt im Rahmen der Handlungsempfehlungen, die die öffentliche Hand, die Kapitalgeber, die Zivilgesellschaft und die Sozialunternehmen selbst ansprechen.

	Öffentliche Hand	Kapitalgeber	Zivilgesellschaft	Sozialunternehmen
Angebot an Finanzierung	Anpassung der Finanzierung	Zusammenarbeit über den Lebenszyklus	Eigene Social Investments	
	Rechtsbedingungen	Fokus auf Innovation		
Nachfrage nach Finanzierung	Öffentliche Beschaffung und Wirkungsorientierung	Unterstützung von Investment-Readiness-Programmen	Kaufverhalten	
	Gründungsförderung			
Allgemeines	Statistiken und Datenbanken	Reporting	Unterstützung des Ökosystems	Eigene Interessensvertretung
	Informationsoffensive			
	Politische Verankerung			

1 Einführung

Sozialunternehmen stehen für soziale Problemlösungskompetenz aus der Mitte der Zivilgesellschaft. Sie entwickeln Geschäftsmodelle, die Produkte oder Dienstleistungen mit einem sozialen Mehrwert bereitstellen oder deren Herstellungsprozess sozial ist. Dabei ist die Verfolgung eines sozialen Zieles der primäre Unternehmenszweck. Sozialunternehmen sind Treiber sozialen Wandels auf der Basis nachhaltiger Geschäftsmodelle.

Sie bemühen sich um die soziale und wirtschaftliche Integration von Randgruppen, bieten soziale Dienstleistungen, reduzieren die Umweltbelastung, entwickeln Müllverwertungs- und vermeidungskonzepte und produzieren sogar erneuerbare Energie.

Diese kraftvolle Kombination aus sozialer Zielsetzung und unternehmerischer Umsetzungskompetenz hat dazu geführt, dass sie vermehrt wahrgenommen und in weitere Folge auch finanziell unterstützt werden. Für diese verstärkte Aufmerksamkeit und Unterstützung gibt es eine Reihe von Gründen.

In den letzten Jahren gab es viele erfolgreiche sozialunternehmerische Geschäftsmodelle, die zu einem breiten Diskurs geführt haben. Autisten werden als Software-Tester eingesetzt. Blinde Frauen werden in der Brustkrebsvorsorgeuntersuchung eingesetzt. Die Kenntnisse von Straßenkindern inspirieren Management-Workshops. Dazu kommt das große Interesse einer jungen Generation, die oft als Y oder Z bezeichnet wird, und im Gegensatz zu den Yuppies am Ende des letzten Jahrtausends tatsächlich daran denkt, in solchen Unternehmen auch zu arbeiten.

Aus diesen Gründen und in Zeiten knapper öffentlicher Budgets werden diese neuen Akteure interessant, um vielfältige soziale Probleme zu adressieren. Social Finance im Sinne dieser Studie befasst sich mit der Finanzierung solcher sozialunternehmerischer Modelle und sieht die Finanzindustrie nicht einem Selbstzweck unterworfen, sondern einem gesellschaftlichen Ziel dienend (siehe etwa Shiller, 2013).

Social Finance ist nicht renditegetrieben, da es zugunsten der sozialen Rendite gegebenenfalls sogar ganz darauf verzichtet. Impact Investing, das nach der Definition des Global Impact Investing Networks (2016) immer eine finanzielle Rendite verfolgt, ist somit eine Untergruppe von Social Finance. Diese Investitionen haben oft einen Fokus auf Bottom-of-the-Pyramid-Geschäftsmodelle (O'Donohue u. a., 2010). Beide teilen jedoch die Wirkungsorientierung und die Verbindung von sozialer und finanzieller Rendite.

Diese Studie wurde vor dem Hintergrund dreier Motivlagen geschrieben.

1.1 Neue gesellschaftliche Tektoniken

Die traditionellen sektorbasierten Strukturen bei der Erbringung öffentlicher Güter lösen sich zunehmend auf. Es ist eine Annäherung zwischen den drei Sektoren Staat, Markt und Zivilgesellschaft zu beobachten.¹

Der moderne Sozialstaat hat sich aus der Idee heraus entwickelt, Bürgern in unverschuldeten Notlagen zu helfen. In Medien, der Gesellschaft und der Wissenschaft

¹ Siehe z.B. <https://lab.neos.eu/neos-events/social-finance-eine-sinnvolle-ergaenzung-zum-sozialstaat-oder-nur-feel-good-profit/> für eine Podiumsdiskussion mit Einleitungsvortrag, der sich mit diesen Fragen beschäftigt.

wird ihm im Umgang mit sozialen Problemen oft eine Alleinzuständigkeit zugesprochen (siehe etwa Albrecht und Groenemeyer, 2012). Dabei stellt sich allerdings die Frage, inwiefern der Staat unter heutigen Bedingungen diesem Anspruch noch gerecht werden kann.² Die Beschreibung der neuen Akteure und der zugrundeliegenden Mechanismen ist ein wesentlicher Teil der vorliegenden Studie.

1.2 Ein neuer Kapitalmarkt

Vor dem Hintergrund der Finanz- und Wirtschaftskrise hat der Friedensnobelpreis für Muhammad Yunus gezeigt, dass Soziales und Finanzielles nicht unbedingt getrennt voneinander betrachtet werden muss. Das stetige Wachstum von sozial-ethischen Banken oder die große Nachfrage nach Impact Investments ist ein Beleg dafür. Socially Responsible Investments sind schon länger im Mainstream angekommen und bedeuten etwa, dass die Stiftung der Rockefeller Stiftung ihr Anlagevermögen heute nicht mehr in Ölk Aktien investiert, da es den Zielen der Stiftung widersprechen würde.

Es kann also nicht überraschen, dass auch Kleinanleger ihr Geld verstärkt in sinnvolle Anlagen investieren wollen. Social Finance strukturiert solche Möglichkeiten.

1.3 Eine neue Generation von Unternehmern

Gleichzeitig gibt es aber eine neue Generation von Unternehmern, die nicht mehr an den klassischen Symbolen der Karriere hängt, sondern an sinnvollen und sinnstiftenden Geschäftsmodellen arbeiten möchte. Das sind sog. Sozialunternehmer, die mal nebenbei die Welt retten wollen, wie es oft etwas polemisch formuliert wird, aber doch die Motivlage gut trifft. Diese neue Generation von Sozialunternehmern findet breite gesellschaftliche Unterstützung, aber braucht eigene Finanzierungsansätze, die auf ihre Bedürfnisse eingehen und diese strukturieren.

² Interessanterweise ist es so, dass ein soziales Problem erst dann ein soziales Problem wird, wenn es von den wesentlichen Stellen in Gesellschaft und Politik auch solches wahrgenommen wird. Beispiel sind etwa die Abholzung des Regenwalds, HIV oder Kinderarbeit erst durch konkrete Anlässe in die breite Öffentlichkeit gelangt. Die Medialisierung wird oft von Sozialaktivisten übernommen.

2 Social Entrepreneurship als Keimzelle des sozialen Kapitalmarkts

Es gibt viele Akteure als auch Ansätze, soziale Probleme zu lösen. Akteure sind etwa Non-Profit-Organisationen, Sozialaktivisten, Stiftungen, aber auch traditionelle Unternehmen, die wiederum unter dem Begriff „shared value“ oder „collective impact“ soziale Zielsetzungen verfolgen.

Friedman (1970) hat die Debatte um das Argument der sozialen Verantwortung von Unternehmen lange geprägt, als er ausführte, dass „the business of business is business“. Shareholder-Value-Betrachtungen waren bis zu den ersten Finanzkrisen unseres Jahrtausends die vorherrschende Denkweise.

Heute wird Corporate Social Responsibility (CSR) als eine unternehmerische Verantwortung für die Gesellschaft als selbstverständlich wahrgenommen.³ Die CSR-Debatte wird oft vor dem Hintergrund geführt, dass Unternehmen die Kosten für von ihnen verursachte negative externe Effekte wie etwa Überschuldung, Arbeitsverhältnisse oder Umweltverschmutzung selbst übernehmen und zu Lösungen derselben beitragen sollen (Secchi, 2007; Lee, 2008). In den letzten Jahren hat sich diese Debatte etwas aufgefächert und es wurden auch Shared Value (Porter und Kramer, 2011) und Collective Impact (Kania und Kramer, 2011) in Betracht gezogen.

Diese kurze Einleitung hat gezeigt, dass es viele Akteure gibt, die mit neuen Ansätzen und Denkmodellen an der Lösung sozialer Probleme arbeiten. Im folgenden Kapitel wird allerdings der Fokus auf Sozialunternehmen gelegt, da sie die Keimzelle des sozialen Kapitalmarkts sind.

2.1 Social Entrepreneurship

Social Entrepreneurship ist kein neues Phänomen. Schon immer gab es Sozialunternehmer, deren Organisationen teilweise noch Bestand haben. In diesem Kontext wird oft auf Friedrich Wilhelm Raiffeisen oder Maria Montessori verwiesen (Achleitner, 2006).

In der folgenden Box wird das Sozialunternehmen Gründer 50plus vorgestellt, das ein Geschäftsmodell rund um die Arbeitsmarktsituation von Personen entwickelt, die älter als 50 Jahre sind.

³ Es gibt sogar einen eigenen Literaturstrang, der sich dem Zusammenhang von Corporate Social Performance und Corporate Financial Performance beschäftigt. Je nach Datengrundlage und Betrachtungszeitraum werden dabei bei unklarer Kausalität positive, negative oder auch gar keine Zusammenhänge zwischen der sozialen und finanziellen Zielsetzung eines Unternehmens gefunden (siehe z.B. Brammer und Millington, 2008; Waddock und Graves, 1997).

Case Study 1: Gründer 50plus

Die Arbeitsmarktsituation von Personen, die älter als 50 Jahre sind, ist schwierig und durchaus als ein soziales Problem zu bezeichnen. Der deutsche Sozialunternehmer Ralf Sange hat es sich zur Aufgabe gemacht, das unternehmerische Potential dieser Altersgruppe zu mobilisieren.

Das Konzept richtet sich konsequent an den spezifischen Bedürfnissen der Zielgruppe aus. Es adaptiert dabei ganz einfache Sachen wie die Schriftgröße und die Wortwahl, aber passt auch die methodische-didaktische Ausrichtung der Zielgruppe an. Dazu kommen spezielle Fragen, die sich beispielsweise im Zusammenhang mit dem Rentenbezug ergeben. Dafür benötigt man die entsprechenden Lebens- und Berufserfahrungen.

Mit Hilfe einer Existenzgründung kann es gelingen, den Weg in eine selbstbestimmte Zukunft zu ebnen. Neben der Suche nach neuem Lebenssinn und beruflicher Identität geht es dabei auch oft um den Abschied aus prekären Lebensverhältnissen. Die Gründungsquote von Teilnehmern der Intensivseminare liegt bei beeindruckenden 60 Prozent.

Die Finanzierung erfolgte anfänglich aus den Erträgen der Beratungstätigkeit, Eigenkapitaleinsatz und sparsamem Wirtschaften. Erst nach drei Jahren konnten sie mit Unterstützung der Finanzierungsagentur für Social Entrepreneurship (FASE) einen privaten Business Angel und eine Stiftung gewinnen und somit die Finanzierung für die folgenden fünf Jahre sichern.

Die Finanzierung wird über Bildungsgutscheine oder eigene Beiträge gewährleistet. Die Finanzierung obliegt den Teilnehmern zu einem großen Teil selbst, da die Förderung von Gründungsberatung weitestgehend eingestellt worden ist und auch Jobcenter und Arbeitsagenturen zögerlich sind. Momentan arbeiten sie mit Transfergesellschaften und Unternehmen zusammen. Eine Expansion nach Österreich steht auf der Agenda.

Quellen: Ashoka Deutschland, 2016; Unterberg u. a., 2015; Gründer 50plus, 2016; Interview mit Ralf Sange

2.1.1 Soziale Innovationen

Soziale Innovationen können in unterschiedlichen Ausprägungen vorkommen. Rameder u. a. (2016) definieren soziale Innovationen anhand von drei Kriterien. Es muss sich um eine neue Art der Problemlösung in dem Kontext handeln, die positive soziale Wirkung muss ein bewusstes Ziel gewesen sein und es kommt zu sozialer Interaktion.

Rüede und Lurtz (2012) haben auf Grundlage der Analyse von 318 Artikeln sieben Kategorien sozialer Innovationen identifiziert. Die erste Kategorie betrifft die direkte Dienstleistung im Sinne von „etwas Gutes für die Gesellschaft tun“. Die zweite Kategorie versucht gesellschaftliche Praktiken oder Strukturen zu ändern. Dabei geht es um neue Wohnformen wie etwa intergeneratives Wohnen, Car-Sharing oder die Schaffung von Akzeptanz für neue Lebensformen. Die dritte Kategorie von sozialen Innovationen versucht die Gemeinschaftsentwicklung zu fördern und insbesondere menschliche Bedürfnisse vorrangig zu betrachten. Schlagwörter in diesem Zusammenhang sind Open Government oder Liquid Democracy. Die vierte Kategorie von sozialen Innovationen befasst sich mit der Organisation von Arbeitsprozessen, wenn technologische Innovationen keine Rolle spielen.

Tabelle 1: Soziale Innovationen - Teil 1

Basiert auf Rüede und Lurtz (2012)

	Etwas Gutes für die Gesellschaft tun	Ändern gesellschaftlicher Praktiken oder Strukturen	Beitragen zur kommunalen und Gemeinschafts-entwicklung	Organisation von Arbeitsprozessen
Leitfrage	Welche Innovationen werden für eine bessere Gesellschaft benötigt?	Was wissen wir über Veränderungen in der Weise, wie Menschen interagieren?	Wie kann Entwicklung auf einer gemeinschaftlichen Ebene passieren, wenn menschliche Bedürfnisse vorrangig betrachtet werden?	Was kann man über Innovationen in Organisationen sagen, wenn technologische Innovationen keine Rolle spielen?
Beispiel	Mikrokredite, Social Entrepreneurship	Intergeneratives Wohnen, Car-Sharing	Open Government, Liquid Democracy	Projektorganisation

Interessant wird es, wenn es um das Aufladen technologischer Innovationen mit kultureller Bedeutung und Relevanz wird. Das ist insbesondere dann ein Thema, wenn z.B. die Robotik vermutlich über Hilfsleistungen für alte Personen Einzug in unsere Gesellschaft finden wird (Ross, 2016). Die sechste Kategorie betrifft die Verbesserungen in der klassischen Sozialarbeit. Die siebente Kategorie sozialer Innovationen betrifft die Innovationen durch digitale Ansätze, wie sie sich etwa durch Massive Open Online Courses oder Crowd-Sourcing ergeben. Die Einsatzmöglichkeiten von Crowd-Sourcing insbesondere im Bereich von Menschenrechtsverletzungen oder Katastrophen sind beeindruckend.

Tabelle 2: Soziale Innovationen - Teil 2

Basiert auf Rüede und Lurtz (2012)

	Aufladen technologischer Innovationen mit kultureller Bedeutung und Relevanz	Verbesserungen in der Sozialarbeit	Innovationen durch digitale Ansätze
Leitfrage	Was benötigen technologische Innovationen für den Erfolg?	Wie kann die professionelle Sozialarbeit verbessert werden?	Welche Möglichkeiten ergeben sich durch digital Verbindungen über soziale Netzwerke?
Beispiel	Anpassung einer Technologie an kulturelle Kontexte	Streetwork	Crowd-Sourcing, Massive Open Online Courses (MOOC)

2.1.2 Soziale Geschäftsmodellinnovationen

Der primäre Unternehmenszweck von Sozialunternehmen ist die Erzielung einer sozialen Rendite. Soziale Rendite bedeutet in diesem Zusammenhang einen Wert, der für die Gesellschaft bzw. jene geschaffen wird, die nicht unmittelbar am finanziellen Erfolg des Unternehmens selbst beteiligt sind.⁴ Dieser Fokus auf die soziale Rendite ermöglicht es Sozialunternehmen, neue sozialunternehmerische Geschäftsmodellinnovationen zu entwickeln. In der folgenden Tabelle sind 6 Innovationstypen beschrieben, die man auch regelmäßig beobachten kann.

2.1.2.1 Opportunity Creation

Shades Tours oder Super Tramp bieten von Obdachlosen geführte Touren durch Wien an. Discovering Hands nutzt die besonderen Tastfähigkeiten von blinden Frauen im Rahmen der Brustkrebsvorsorgeuntersuchung. Sie bieten damit der Zielgruppe neue Möglichkeiten. In Entwicklungsländern fallen in diese Kategorie Micro-Entrepreneurship-Ansätze.

2.1.2.2 Smart Distribution

Die zweite Kategorie sind Smart-Distribution-Ansätze. Die Schwierigkeit, die Sozialunternehmen oft haben, ist es, die Zielgruppe zu identifizieren und die Produkte preisgünstig zu verteilen. In Afrika gibt es Cola Life, das Medikamente mit Hilfe der Infrastruktur des Getränkekonzerns verteilt.⁵ In Westeuropa geht es vor allem darum, an den passenden Stellen präsent zu sein, um überforderte Jungmütter, Depressionsgefährdete oder Personen vor oder nach der Privatinsolvenz zu erreichen.

2.1.2.3 Ecosystem Engineering

Die dritte Kategorie betrifft das sog. „ecosystem engineering“. Dabei werden verschiedene Akteure orchestriert, um ein gemeinsames Ziel zu verfolgen. In Regenwaldgebieten braucht es für den Umweltschutz nicht nur Förster und Tierschützer, sondern auch Tourismusanbieter, die zur Finanzierung beitragen. Der Impact Hub bietet ein Ökosystem für impact-orientierte Unternehmen in Wien an, der nicht nur Co-Working Space, sondern auch Vernetzung und Schulungsangebote zur Verfügung stellt.

2.1.2.4 Cheap Sourcing

Die vierte Kategorie ist Cheap Sourcing. Das Grazer Unternehmen Compurista erwirbt Computer von Unternehmen und verkauft diese an Non-Profit-Organisationen und Schulen. Talentify.me organisiert Nachhilfe unter Schülern und trägt somit zu einer gewissen Bildungsgerechtigkeit bei. Auch viele der Recycling-Initiativen fallen unter diese Kategorie.

2.1.2.5 Smart Pricing

Smart-Pricing-Modelle nutzen Preisdiskriminierungsmodelle, um die Dienstleistung über alle Einkommensschichten vertreiben zu können. So subventionieren etwa Besserverdiener die Dienstleistung für Personen, die weniger verdienen. Gerade im Non-Profit-Bereich können die Organisationen durch die größere Glaubwürdigkeit ihre Modelle darauf aufbauen.

⁴ In der wissenschaftlichen Literatur geht man in der Regel davon aus, dass die soziale Rendite in einem gewissen Trade-Off-Verhältnis zur finanziellen Rendite steht (etwa Heister, 2010).

⁵ <http://www.colalife.org/>.

2.1.2.6 Inclusive Production

Die letzte Kategorie sind Modelle der inklusiven Produktion. Dabei wird das Produkt nicht für die Zielgruppe produziert, sondern die Zielgruppe wird in der Leistungserbringung schon einbezogen. Das betrifft die Modelle mit Autisten als Software-Tester oder den blinden Frauen als Schlüsselkräfte in Brustkrebsvorsorgeuntersuchung. Eine Beschreibung dieser unterschiedlichen Innovationen im Bereich der sozialen Geschäftsmodelle ist in der Tabelle 3 dargestellt.

Tabelle 3: Typen sozialer Geschäftsmodellinnovationen⁶

Quelle: Spiess-Knafl, Mast und Jansen (2015)

Innovationstyp	Beschreibung
Opportunity Creation	Schaffung unternehmerischer Möglichkeiten für die Zielgruppe
Smart Distribution	Nutzung neuer Distributionskanäle
Ecosystem Engineering	Kombination verschiedener Initiativen, um Ökosystem zu verbessern
Cheap Sourcing	Identifikation unausgelasteter Ressourcen zur Erbringung der sozialen Dienstleistung
Smart Pricing	Einsatz von Preismechanismen, um den Konsum zu ermöglichen
Inclusive Production	Inklusion der sozialen Zielgruppe in den Produktionsprozess

2.1.3 Definitionen

Aus den Beschreibungen der sozialen Geschäftsmodellinnovationen erkennt man, dass Sozialunternehmen sehr unterschiedliche Zugänge zu dem Thema haben. In den letzten Jahren wurde Social Entrepreneurship gerade im wissenschaftlichen Diskurs sehr oft zu definieren versucht (z.B. Leadbeater, 1997; Dees, 2001; Zahra u. a., 2009; Jansen u. a., 2010). Die zwei Wortbestandteile „unternehmerisch“ und „sozial“ entziehen sich schon einer klaren messbaren und quantifizierbaren Definition und oft dreht sich die Debatte um den Grad der Innovation.

Insbesondere in Europa hat sich aber die Definition der Europäischen Kommission als Standard etabliert. Sie sieht die Verfolgung eines sozialen Ziels als Hauptunternehmenszweck, der vorrangig vor finanziellen Renditeüberlegungen zu sehen ist. Das soziale Ziel kann entweder mit Produkten und Dienstleistungen oder der Art der Leistungserbringung direkt zusammenhängen. Dazu muss es eine Art der Ausschüttungsbeschränkung geben und gewisse Mindeststandards in Bezug auf unternehmerisches Verhalten, Rechenschaftspflicht und Transparenz erfüllt werden. In der folgenden Box wurde diese Definition angeführt und die aus Sicht des Autors relevanten Stellen kursiv markiert.

⁶ Diese Klassifikation wurde auf einer empirischen Basis von 204 sozialen Geschäftsmodellinnovationen erstellt.

Case Study 2: Definition von Sozialunternehmen

Für die Zwecke dieser Verordnung bezeichnet der Ausdruck:

1. „Sozialunternehmen“ ein Unternehmen, das, unabhängig von seiner Rechtsform, ein Unternehmen ist, das
 - a) gemäß seinem Gesellschaftsvertrag, seiner Satzung oder anderen Rechtsdokumenten, durch die es gegründet wird, **vorrangig auf die Erzielung einer messbaren, positiven sozialen Wirkung** abstellt, anstatt auf Gewinn für seine Eigentümer, Mitglieder und Anteilseigner, und das
 - i) **Dienstleistungen oder Produkte** mit hoher sozialer Rendite zur Verfügung stellt und/oder
 - ii) **bei der Produktion** von Gütern oder Dienstleistungen eine Methode anwendet, in die sein soziales Ziel integriert ist,
 - b) **seine Gewinne in erster Linie zur Erreichung seines vorrangigen Ziels einsetzt** und im Voraus Verfahren und Regeln für eine etwaige Gewinnausschüttung an Anteilseigner und Eigentümer festgelegt hat, die sicherstellen, dass eine solche Ausschüttung das vorrangige Ziel nicht untergräbt, und
 - c) **in einer von Unternehmergeist geprägten, verantwortlichen und transparenten Weise** geführt wird, insbesondere durch Einbindung der Arbeitnehmer, Kunden und Interessenträger, die von der Geschäftstätigkeit betroffen sind.

Aus der Verordnung (EU) Nr. 1296/2013 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 11. Dezember 2013 über ein Programm der Europäischen Union für Beschäftigung und soziale Innovation („EaSI“) und zur Änderung des Beschlusses Nr. 283/2010/EU über die Einrichtung eines europäischen Progress-Mikrofinanzierungsinstruments für Beschäftigung und soziale Eingliederung

2.2 Relevanz von Sozialunternehmen

2.2.1 Österreich

Ähnlich wie in anderen europäischen Ländern gab es in den 1980-er Jahren eine Reihe von Arbeitsmarktintegrationsmaßnahmen, die der damalige Sozialminister unter dem Schlagwort Arbeit 8000 organisierte und bemerkenswerte Initiativen hervorbrachte. In einer Länderstudie für die Europäische Kommission bemerken Matthis, Heckl und Senarclens de Grancy (2014), dass es in Österreich eine lange Tradition von sozial-ökonomischen Betrieben und gemeinnützige Beschäftigungsgesellschaften, die vor allem im Bereich der geförderten Arbeitsmarktintegration tätig sind, gibt. Momentan sind sie im Netzwerk arbeitplus⁷ organisiert, die mit einem eigenen Innovation Lab an neuen Konzepten arbeiten.

Als Lehner (2011) die Ergebnisse seiner Umfrage im Jahr 2010 veröffentlichte, gab es eine interessante Aufzählung nachteiliger Faktoren. Dazu zählten etwa die übermächtige Rolle von Parteien und der Kirche, das feste Netz der sozialen Sicherung, Provinzialität, Ausländerfeindlichkeit, keine Kapitalmärkte, Risikoangst und geringer unternehmerischer Geist. Etwas wissenschaftlicher gesprochen sind es Merkmale des korporatistischen Non-Profit-Regimes sozialdemokratischer Ausprägung (Vandor u. a., 2015).

Systeme sind allerdings auch Entwicklungen unterworfen und seit 2010 hat sich einiges verändert in Österreich. In der öffentlichen Wahrnehmung sind etwa ein Investment in ein Sozialunternehmen im Rahmen der Fernsehsendung „2 Minuten – 2 Millionen“, eine vibrierende Community und sehr viele entstehende Sozialunternehmen und auch unzählige Konzepte mit Flüchtlingen, die gerade dem Thema der Ausländerfeindlichkeit entgegenwirken.

Wie in vielen anderen europäischen Ländern gibt es keine Rechtsform für Sozialunternehmen und so ist auch die Schätzung von Sozialunternehmen schwierig vorzunehmen. Man kann aber davon ausgehen, dass es in Österreich zwei Generationen von Sozialunternehmen gibt.

Diese traditionellen Akteure wurden in letzter Zeit von neuen Akteuren ergänzt. Das sind die Sozialunternehmen der zweiten Generation, die rund um einige Netzwerke bzw. Intermediäre und Ökosystem-Akteure zentriert sind. Dazu zählen etwa Ashoka Österreich, der Impact Hub Vienna, das Social Entrepreneurship Center der Wirtschaftsuniversität Wien und die Erste Stiftung⁸. Zu den Preisen und Förderprogrammen in Österreich zählen im Oktober 2016 die SozialMarie⁹, der Social Impact Award, TrigOS Social Entrepreneurship oder von staatlicher Seite der AWS Social Business Call. Diese Akteure zusammen ergeben ein Ökosystem, das wichtig für die Weiterentwicklung des Sektors ist. In der Abbildung 1 ist das österreichische Ökosystem dargestellt.

Das Merkmal dieser neuen Generation sind neue Geschäftsmodelle. Während die sozial-ökonomischen Betriebe mit staatlichen Geldern durchaus effizient und unternehmerisch agieren, arbeiten die neuen Sozialunternehmen an Themen, die (noch) nicht staatlich finanziert werden. Es ist durchaus vorstellbar, dass sie in die Regelfinanzierung des Staates kommen und somit über eine solide Grundfinanzierung verfügen.

⁷ <http://arbeitplus.at/>

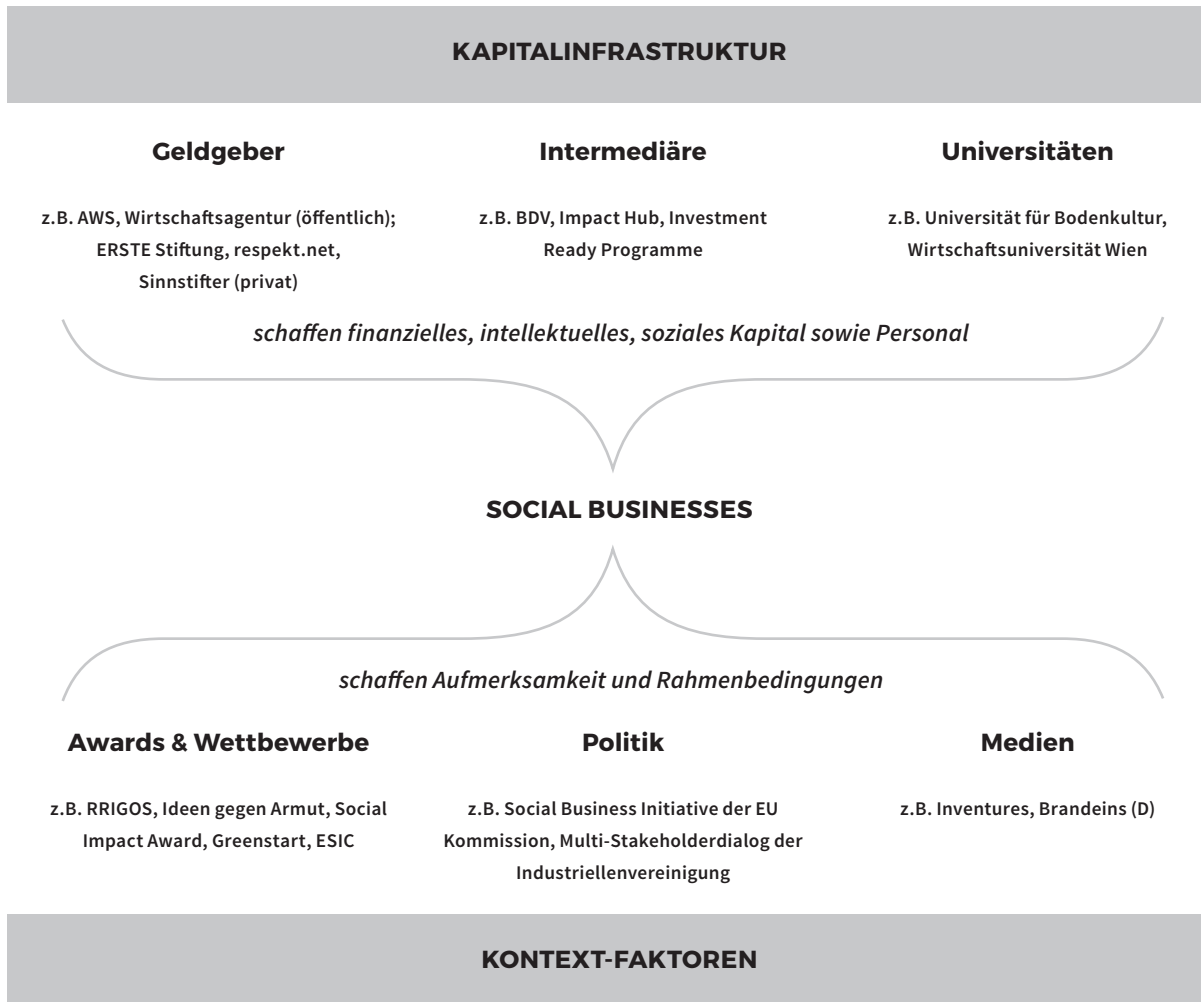
⁸ Akteure: <http://ashoka-cee.org/austria/>; <http://vienna.impacthub.net/>; <https://www.wu.ac.at/npocompetence/social-entrepreneurship-center/>; <http://www.erstestiftung.org/>

⁹ Preise: <http://www.sozialmarie.org/>; <http://socialimpactaward.net/>; <http://www.trigos.at/>; http://www.awsg.at/Content.Node/foerderungen_alle/nationale-finanzierung/4508.de.php

Shades Tours¹⁰ macht etwa Obdachlosen zu Stadtführern und Compuritas¹¹ vertreibt gebrauchtes IT-Equipment. Dadurch werden Ressourcen geschont und da auch Non-Profit-Organisationen zu den Kunden zählen, wird darüber ein zusätzlicher sozialer Wert geschaffen. Three Coins arbeitet wiederum an der Finanzkompetenz von Jugendlichen und lizenziert weltweit eigens entwickelte Formate.

Abbildung 1: Das Ökosystem für Sozialunternehmen in Österreich

Quelle: Millner und Vandor (2014)



Vandor u. a. (2015) haben in einer Studie für das Austria Wirtschaftservice (aws) und den Rat für Forschung und Technologieentwicklung eine Bestandsanalyse von Social Business in Österreich vorgenommen. Social Businesses im Rahmen dieser Untersuchung waren Unternehmen, deren wirtschaftliches Erfolgsstreben der sozialen Rendite untergeordnet sind und die zumindest 50% der Einnahmen aus Markteinkünften erzielen. Dabei kommen sie auf etwa 1.200 bis 2.000 Organisationen in Österreich. Im Rahmen ihrer Studie gehen Vandor u. a. (2015) von einer Verdoppelung dieser Zahl bis 2025 aus. Die wichtigsten Tätigkeitsbereiche sind Forschung und Bildung, soziale Dienstleistungen, Business und CSR, Umwelt und Energie, Unterstützung von Organisationen, Technologie, Demokratie und Politik.

Dazu entstehen in Österreich immer neue Akteure. Die deutsche Finanzierungsagentur für Social Entrepreneurship entwickelt eine österreichische Lösung. Ashoka gründet eine Agentur, die sich insbesondere mit der Skalierung von sozialunternehmerischen Geschäftsmodellen beschäftigen wird.

¹⁰ <http://www.shades-tours.com/>

¹¹ <https://www.compuritas.at/>

2.2.2 Europäisches Umfeld

In der europäischen Union ist die Lage etwas unterschiedlich. So gibt es verschiedene Sozialsysteme (Esping-Andersen, 1990), die auch unterschiedliche Ausprägungen privater Initiativen im Form von Social Entrepreneurship ermöglichen. An erster Stelle ist Großbritannien zu nennen. In einer sehr weiten Definition¹² wird davon ausgegangen, dass es in Großbritannien 741.000 Sozialunternehmen gibt, die zusammen 2,27 Millionen Menschen beschäftigen (Cabinet Office, 2016). Die Zahlen mögen etwas hoch gegriffen sein, jedoch gibt es in England den Social Value Act, die ersten Social Impact Bonds, eine Social Investment Bank und einige der größeren Social-Venture-Capital-Fonds.

Jedoch ist es auch dort ein sehr junger Markt und Villeneuve-Smith und Temple (2015) haben in einer Studie erhoben, dass 49% der Sozialunternehmen fünf Jahre oder jünger sind. Angesichts solcher Altersverteilungen mag es nicht überraschen, dass 52% ihren Umsatz in den letzten zwölf Monaten vor der Erhebung steigern konnten.

Scheuerle u. a. (2013) haben eine Übersicht für den deutschen Markt durchgeführt und Sozialunternehmen vor allem anhand der Innovationsstärke klassifiziert. Dabei kommen sie auf einige tausend stark innovative Sozialunternehmen und etwa 40.000 – 70.000 Sozialunternehmen, die in sog. Quasi-Märkten aktiv sind.

Tabelle 4: Anzahl von Sozialunternehmen in Deutschland

Quelle: Scheuerle u. a. (2013)

	Stark innovativ	Nicht/wenig innovativ
Stark einkommensbasiert (inkl. Quasi-Märkte)	ca. 1.000–1.500	ca. 40.000–70.000 (Sozialökonomie bzw. Sozialunternehmen im weiteren Sinne)
Nicht/gering einkommensbasiert	ca. 1.500–2.500	Keine Sozialunternehmen

Im restlichen Europa ist die Lage sehr unübersichtlich. Im gesamten post-kommunistischen Raum gibt es erst wenige bekannte Erfolgsbeispiele von Sozialunternehmen. In Südeuropa gibt es starke Bestrebungen, Sozialunternehmen zu unterstützen, da sie einen Ausweg aus der gegenwärtigen wirtschaftlichen Lage bieten könnten. Prinzipiell unterscheiden sich die Länder durch die Struktur ihrer Gesellschaft, der Geschichte ihres Sektors und ihren bevorzugten Organisationsmodellen (etwa Genossenschaften oder Vereine).

¹² In der Fragestellung sollen sich Unternehmen selber einschätzen, ob das Statement ihre Tätigkeit beschreibt: 'A business with primarily social/environmental objectives, whose surpluses are principally reinvested for that purpose in the business or community rather than mainly being paid to shareholders and owners'.

3 Der soziale Kapitalmarkt

Der soziale Kapitalmarkt soll dazu beitragen, dass Ressourcen dort eingesetzt werden, wo sie den größten Nutzen für die Gesellschaft bringen und somit der fehlenden Wirkungsorientierung entgegenwirken. Auch der traditionelle Kapitalmarkt ist ein dezentraler Mechanismus, der hilft, Ressourcen den passenden Projekten zur Verfügung zu stellen.

In diesem Kapitel wird zuerst die Finanzierung von Sozialunternehmen beleuchtet, um anschließend auf die Akteure des sozialen Kapitalmarkts und die Motivlagen der Kapitalgeber einzugehen. Das Kapitel schließt mit einer Analyse der Schwächen des sozialen Kapitalmarkts sowohl auf der Angebots- als auch der Nachfrageseite.

3.1 Finanzierung von Sozialunternehmen

Wenn man Social Finance als die Finanzierung von Sozialunternehmen bzw. von sozialen Innovationen sieht, dann stellt sich die Frage, wie sich diese Sozialunternehmen überhaupt finanzieren.

Sozialunternehmen steht eine ganze Reihe von Finanzierungsmöglichkeiten zur Verfügung. Eine gute Unterteilung ist dabei die Trennung zwischen Innen- und Außenfinanzierung (siehe etwa Thommen und Achleitner, 2001). Die Innenfinanzierung betrifft die Einkommensmöglichkeiten, um die laufenden Kosten zu decken. Die Außenfinanzierung wird genutzt, um Investitionen zu tätigen oder Anlaufkosten zu finanzieren.

In der folgenden Box wird eine kurze Case Study von Discovering Hands vorgestellt, um illustrativ zu zeigen, wie ein sozialunternehmerisches Geschäftsmodell aufgebaut sein kann.

Case Study 3: Discovering Hands

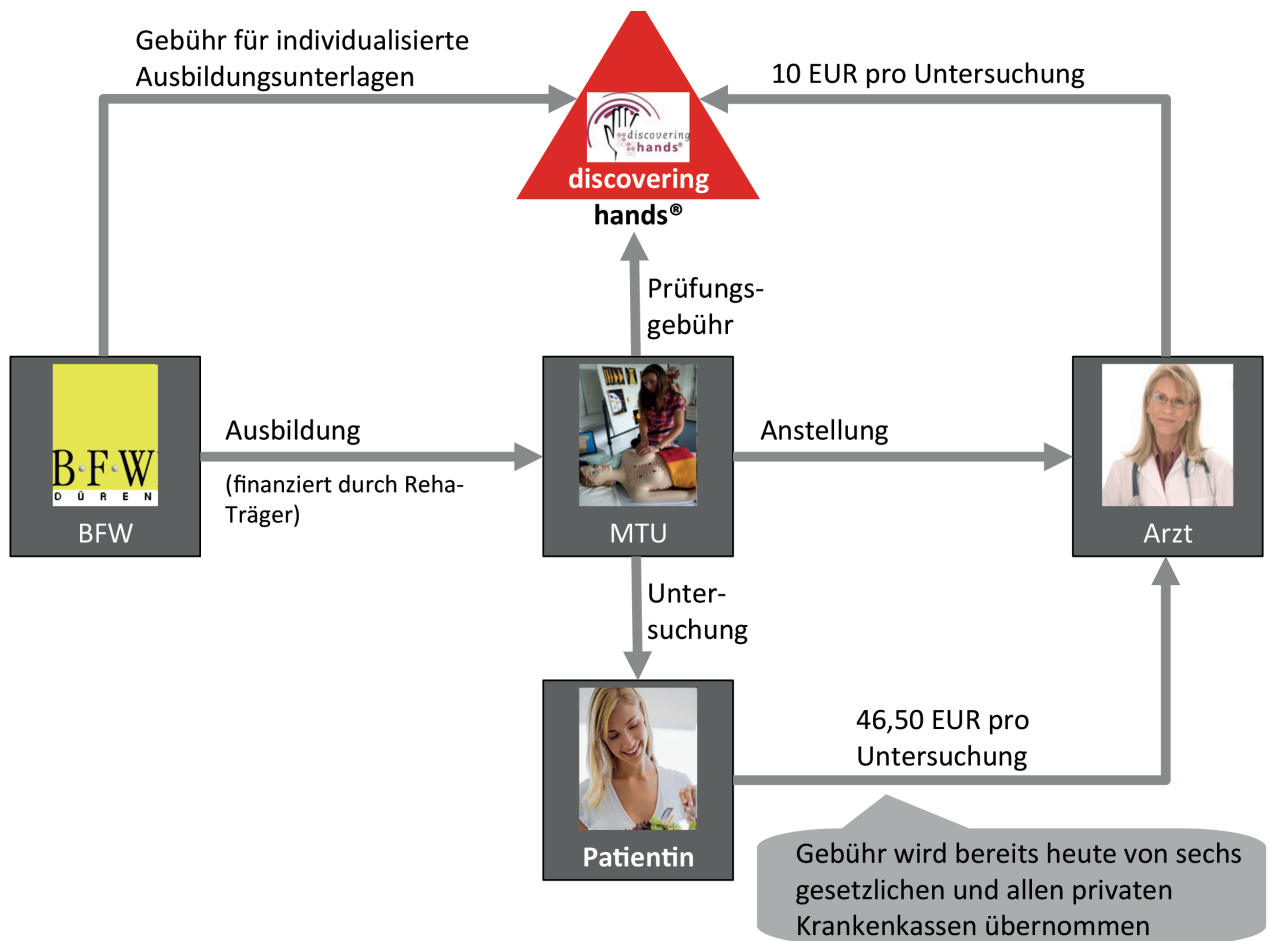
In der Sprache des Silicon Valleys würde man Discovering Hands als eine „disruptive innovation“ bezeichnen. Der deutsche Sozialunternehmer Frank Hoffmann hat ein Modell entwickelt, in dem blinde Frauen beschäftigt werden und diese durch ihren herausragenden Tastsinn die Überlebenschancen von Frauen mit Brustkrebsrisiko steigern. Parallel wird der Blick auf blinde Frauen verändert, da aus einer Behinderung eine Begabung wird. Es wird also auf mehreren Ebenen eine soziale Wirkung erzielt.

Discovering Hands hat nicht nur eine Lösung für verschiedene soziale Probleme identifiziert, sondern auch ein tragfähiges und international skalierbares Geschäftsmodell entwickelt. Dieses Modell führte beispielsweise dazu, dass Frank Hoffmann €525.000 für das österreichische Modell in der Puls4-Show „2 Minuten – 2 Millionen“ bekam.

Das Geschäftsmodell mit den unterschiedlichen Einnahmen ist in der folgenden Abbildung dargestellt.

Abbildung 2: Geschäftsmodell von Discovering Hands

Quelle: Finanzierungsagentur für Social Entrepreneurship (2015)



Quellen: Finanzierungsagentur für Social Entrepreneurship, 2015; Discovering Hands, 2016

3.1.1 Innenfinanzierung

Sozialunternehmen haben mehrere Einkommensströme zur Verfügung, die dabei entweder von öffentlicher oder privater Seite kommen können. Diese Übersicht ist in Abbildung 3 dargestellt.

Die öffentliche Hand stellt Sozialunternehmen im Rahmen der Finanzierung Leistungsentgelte oder Zuschüsse zur Verfügung. Die Bezeichnungen für diese Einkommensströme ändern sich oft und im Grunde bedeuten sie, ob man damit ein Geschäftsmodell etablieren kann oder nur kurzfristig einen Zuschuss erhält.¹³

Leistungsentgelte oder Regelfinanzierung gibt es bei gesetzlich verankerten Ansprüche auf diese Leistung. Darunter fallen etwa Kindergartenplätze, Altersheime oder Obdachlosenübernachtung. Dabei haben Sozialunternehmen entweder Anspruch auf eine Bezahlung einer geleisteten Einheit wie z.B. Obdachlosenübernachtung, Kindergartenplätze oder Altersheime.

Zuschüsse gibt es in der Regel für Projekte, die im öffentlichen Sinne sind und die jeweilige Verwaltungseinheit unterstützenswert findet. Auf lokaler Ebene können es beispielsweise Kinderspielplätze oder auch Computerkurse für Senioren sein. Auf nationaler Ebene sind es beispielsweise Aktionen gegen rechtsradikales Gedankengut oder für die Integration von Flüchtlingen.

Abbildung 3: Klassifizierung der Einkommensmöglichkeiten

Quelle: Spiess-Knafl (2012)

EINKOMMENSSTRÖME

ÖFFENTLICHE HAND

- Leistungsentgelte
- Zuschüsse

PRIVATE HAND

- Umsätze
- Mitgliedsbeiträge
- Sponsoring
- Andere

Von der privaten Hand kann sich ein Sozialunternehmen über Umsätze, Mitgliedsbeiträge, Sponsoring oder andere Einkommen finanzieren.

Umsätze sind dabei die direkten Erlöse, die sich etwa in Verkaufserlösen, Eintrittserlösen oder sonstigen Dienstleistungen äußert. So verkauft Dialog im Dunkeln Tickets für ein abgedunkeltes Museum, durch das blinde Personen führen. Compurista macht die Umsätze mit dem An- und Verkauf gebrauchten IT-Equipments.

Vor allem bei Sozialunternehmen, die ein sog. Club-Gut anbieten, sind Mitgliedsbeiträge interessant. Club-Güter zeichnen sich dadurch aus, dass sie für eine bestimmte Anzahl von Personen interessant sind. Im herkömmlichen Sinne sind es Golfclubs, der Country Club oder das Musikabo im Konzerthaus. Für Greenpeace sind solche Mitgliedsbeiträge ebenfalls interessant. Sie ermöglichen damit erst eine Dienstleistung, die für die Mitglieder attraktiv sind, und sind gleichzeitig eine Möglichkeit, die Mitgliederzahl als Verhandlungsmasse bei Kampagnen oder politischer Arbeit zu nutzen. Jüngere Gründungen in diesem Umfeld sind etwa die deutschen Sozialunternehmen Abgeordnetenwatch oder Foodwatch.

¹³ Das mag in einzelnen Fällen anders sein. Ein Kindergartenbetreiber hat über Jahre Förderungen von der Stadt Wien bekommen, um seine Kindergärten zu betreiben. Strukturell sind Millionenzahlungen über mehrere Jahre jedoch ein sehr stabiler Zahlungsfluss.

Sponsoring tritt dann auf, wenn ein Unternehmen ein Sozialunternehmen unterstützt. Das wird insbesondere im Bereich der Bildung oder der Kultur der Fall sein. Die Verteilung über die verschiedenen Tätigkeitsbereiche wird in Tabelle 5 dargestellt. Andere Einkommensquellen sind etwa Sachspenden, Tombola- und Lotterierlöse oder sonstige Zuweisungen. Darunter fällt beispielsweise das sog. „Schwitzen statt Sitzen“, wenn statt einer Ersatzfreiheitsstrafe gemeinnützige Leistungen erbracht werden. Wenn man jetzt einen Blick in die tatsächliche Einkommensstruktur von deutschen Sozialunternehmen wirft, dann sieht man auch, wie unterschiedlich die Einkommensverteilung aussieht.

Dabei fällt auf, dass sich je nach Themengebiet auch die Einkommensstruktur ändert, was insbesondere mit Blick auf traditionelle Unternehmen doch überraschend ist. So gibt es etwa im Bereich der Bildung und Wissenschaft sehr viel philanthropische Mittel über Spenden, Stiftungsbeiträge und Sponsoring (in Summe 27,3%) als es beispielsweise im Bereich der Arbeitsmarktintegration (3,3%) der Fall ist.

Interessant in diesem Kontext ist noch die Frage, ob es zu Monofinanzierungen kommen könnte. In der Regel kommen 60-80% aller Einnahmen aus einer Finanzierungsquelle. In Summe haben Sozialunternehmen 3–4 verschiedene Einnahmequellen. Über den Lebenszyklus des Sozialunternehmens ergibt sich auch oft eine Verschiebung von philanthropischen Finanzierungen hin zu planbareren Einnahmequellen wie Umsätze oder staatliche Gelder.¹⁴

In Großbritannien haben Villeneuve-Smith und Temple (2015) in einer Studie Sozialunternehmenssektor erhoben, dass 26% den Break-Even erreichen und 50% einen Gewinn erwirtschaften, der zu einem großen Teil wieder zur Erreichung der sozialen Rendite verwendet wird. 73% der Sozialunternehmen erwirtschaften mehr als 75% ihres Einkommens durch sog. leistungsabhängiges Markteinkommen. Auch diese Zahl wird im österreichischen Kontext nicht sehr unterschiedlich sein, da durch die quasi-marktähnlichen Strukturen ebenfalls leistungsabhängiges Einkommen erzielt wird.

Tabelle 5: Einnahmenverteilung je Themenfeld

Quelle: Spiess-Knafl (2012)

Primäres Themenfeld	Leistungs-entgelte	Ziel-gruppe	Zuschüsse	Spenden	Stiftungs-beiträge	Sponsoring	Mitglieds-beiträge	Andere
Bildung und Wissenschaft	20,7%	16,8%	14,7%	9,8%	10,7%	16,8%	2,9%	7,6%
Arbeitsmarktintegration	24,2%	36,9%	15,8%	2,3%	0,7%	0,3%	0,1%	19,6%
Gesellschaftliche Inklusion	24,9%	14,1%	17,7%	5,4%	9,1%	1,6%	9,6%	17,8%
Soziale Dienste	27,7%	7,9%	20,0%	10,8%	10,7%	10,5%	3,7%	8,7%
Wirtschaftliche (Regional)-Entwicklung	8,3%	38,3%	6,0%	18,8%	3,3%	0,8%	0,2%	24,2%
Umwelt und Naturschutz	13,0%	46,0%	5,0%	5,0%	2,0%	17,0%	1,0%	11,0%
Sport, Kultur und Erholung	5,0%	27,7%	8,2%	7,7%	13,7%	8,9%	11,7%	17,2%
Gesundheitswesen	26,7%	0,7%	16,3%	36,7%	2,7%	13,3%	3,7%	0,0%
Interessensvertretung, Chancengleichheit & Demokratieförderung	0,0%	12,5%	11,0%	55,0%	2,5%	0,6%	14,4%	4,0%
Gesamt	20,8%	21,0%	15,4%	10,3%	7,1%	8,0%	5,0%	12,6%

¹⁴ Diese Zahlen gelten für Deutschland, aber man kann davon ausgehen, dass es ähnlich für Österreich gilt. So trifft Light (2009) für die USA ähnliche Aussagen.

3.1.2 Außenfinanzierung

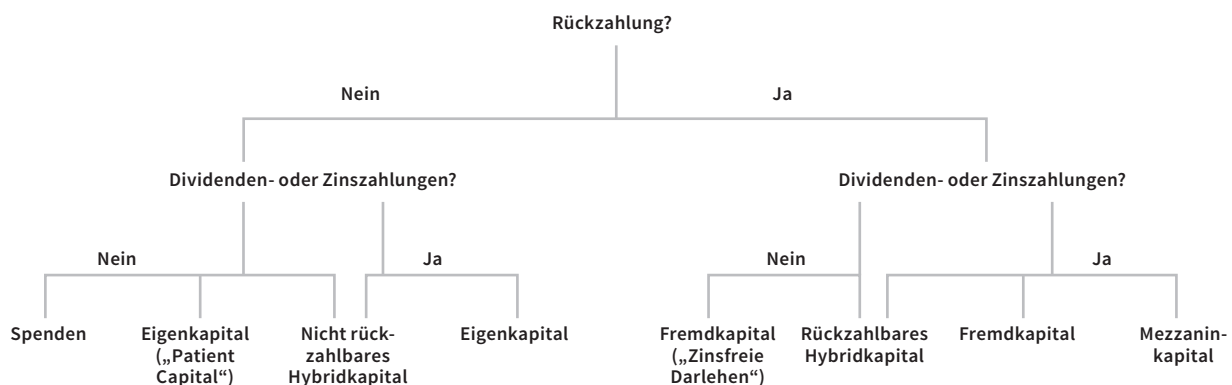
Ähnlich wie bei der Innenfinanzierung und den Einkommensströmen stehen Sozialunternehmen auch eine ganze Reihe von Finanzierungsinstrumenten im Rahmen der Außenfinanzierung zur Verfügung. Diese Finanzierungsinstrumente sind der Kern des sozialen Kapitalmarkts.

Wenn das Sozialunternehmen schon über ein Geschäftsmodell verfügt und Kapital zurückzahlen kann, eröffnen sich neue Möglichkeiten. So können etwa zinsfreie Darlehen aufgenommen werden oder in der renditetragenden Variante Fremdkapital, Mezzaninkapital oder rückzahlbares Hybridkapital.

Je nach Rückzahlungsfähigkeit des Sozialunternehmens werden sich die Instrumente unterscheiden. Wenn ein Sozialunternehmen keine Möglichkeiten hat, Gelder zurückzuzahlen, dann werden sich Spenden, Eigenkapital im Sinne von Patient Capital oder nicht-rückzahlbares Hybridkapital anbieten. Wenn zwar das Kapital nicht zurückgezahlt werden kann, aber gewisse Dividenden- oder Zinszahlungen geleistet werden können, dann bietet sich Eigenkapital oder anders strukturiertes nicht-rückzahlbares Hybridkapital an. Diese Möglichkeiten der Finanzierung sind in der Abbildung 4 dargestellt.

Abbildung 4: Finanzierungsinstrumente

Quelle: Achleitner, Heister und Spiess-Knafl (2015)



Spenden sind die klassische Währung des Sozialsektors und eine verbreitete externe Finanzierungsquelle für Non-Profit-Organisationen. Sie sind durchaus beliebt, da sie mit keiner Rückzahlungspflicht verbunden und keine Kontroll- und Stimmrechte beinhalten. Allerdings werden sie in der Regel für bestimmte Projekte zur Verfügung gestellt und begrenzen somit die unternehmerische Flexibilität. Sie sind in der Einwerbung mit Kosten verbunden, da Gespräche geführt, Briefe verschickt und Berichte geschrieben und auf der Gegenseite gelesen und bewertet werden müssen. Eine britische Studie schätzt die gesamten Fundraisingkosten auf 22 bis 43% des eingenommen Betrages (Meehan, Kilmer, und O’Flanagan 2004).¹⁵

Eigenkapital ist das passende Finanzierungsinstrument, um langfristige Investitionen zu finanzieren oder kurzfristige (Anlauf-)Verluste zu decken. Eigenkapital steht dem Unternehmen unbegrenzt zur Verfügung und beteiligt dem Kapitalgeber an den Gewinnen als auch den Verlusten des Unternehmens, sofern es die Rechtsform zulässt. Dafür erhält der Eigenkapitalgeber weitreichende Stimm- und Kontrollrechte, die insbesondere bei Sozialunternehmen die Sorge eines „Mission Drifts“ auslösen. Dabei sorgt man sich, dass die finanziellen Renditeerwartungen eines Investors dazu führen, dass die soziale Rendite vernachlässigt wird.

Fremdkapital ist im Sozialsektor weit verbreitet und wird dafür verwendet, langfristige Projekte zu finanzieren. Kindergärten, Altersheime oder Bildungseinrichtungen verfügen in der Regel über stabile und planbare Cash Flows und können somit

¹⁵ In Deutschland hat CharityWatch viele Mißstände aufgedeckt und das auch in einem Buch dokumentiert (Loipfinger, 2011)

auf Fremdkapital zurückgreifen. Bei dem Geschäftsmodell neu gegründeter Sozialunternehmen ist eine Fremdkapitalfinanzierung oft noch schwierig zu realisieren und wird gegebenenfalls in späteren Unternehmensphasen relevant.

Mezzaninkapital kombiniert Elemente von Eigen- und Fremdkapital und bietet einige Strukturierungsmöglichkeiten. So kann beispielsweise eine fixe Rückzahlung mit einer Beteiligung am Unternehmensgewinn kombiniert werden.

Hybridkapital ist ebenfalls in einer Reihe von Strukturierungsmöglichkeiten zu finden.

Recoverable Grants sind Kredite, die bei Nichterreichung der Ziele in eine Spende umgewandelt wird. Das ist dann interessant, wenn man zwar Konzepte aus dem For-Profit-Bereich übernehmen, aber das Risiko einer Insolvenz vermeiden möchte.

Forgivable Loans kennt man aus der Finanzierung von Weiterbildungsmaßnahmen. Dabei wird beispielsweise nach jedem Jahr der Unternehmenszugehörigkeit ein Teil des Bildungskredits erlassen. Bei Sozialunternehmen könnte es unter Umständen interessant sein, wenn ein Kapitalgeber gewisse Bedingungen an die Finanzierung knüpfen möchte.

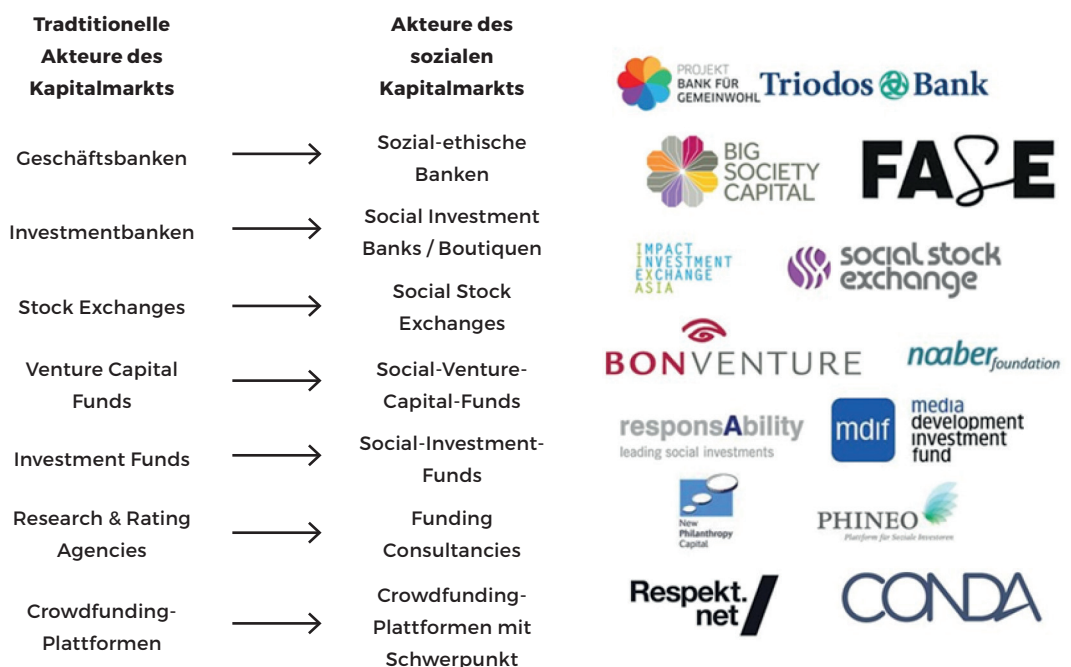
Convertible Grants sind vermutlich die spannendste Entwicklung, die auch schon von For-Profit-Unternehmen genutzt werden. Eine Spende wird bei positiver Entwicklung in Unternehmensanteile gewandelt. Diese Variante ist insbesondere dann interessant, wenn es um langfristige Geschäftsfeldentwicklungen geht. Beispiele sind etwa Mikrofinanzinstitute, erneuerbare Energie wie etwa Solartechnik oder Medizinversorgung in Entwicklungsländern.

3.2 Akteure des sozialen Kapitalmarkts

Es gibt in Europa mittlerweile einen entstehenden sozialen Kapitalmarkt.¹⁶ Für jedes Risikosegment gibt es spezielle Angebote, die deren Bedürfnisse decken. So haben etwa besicherte Kredite an Sozialsektororganisationen ein anderes Risikoprofil als Eigenkapitalbeteiligungen an neu gegründeten Sozialunternehmen. In der Abbildung 5 werden diese Akteure dargestellt.

Abbildung 5: Akteure des sozialen Kapitalmarkts

Angelehnt an Achleitner, Spiess-Knafl und Volk (2011)



16 Im Kapitel 3.5 wird auf die Schwächen des sozialen Kapitalmarkts eingegangen.

3.2.1 Sozial-ethische Banken

Mikrofinanzbanken sind vor allem in Entwicklungsländern zu finden und haben beispielsweise in Bangladesch oder Indien große Verbreitung gefunden. Interessanterweise haben vielen Banken einen Hintergrund als Sozialsektororganisation, die angefangen hat, Kredite zu vergeben. In Westeuropa sind es eher sozial-ethische Banken, die eine Rolle spielen und in den letzten Jahren ein stetes Wachstum aufweisen konnten. Sie unterscheiden sich von anderen Banken dadurch, dass sie auf Spekulationen verzichten, in ihrer Arbeitsweise transparent sind und Kredite ausschließlich an Unternehmen mit einem sozialen, ökologischen oder lokalen Schwerpunkt vergeben. In Österreich wird momentan die Bank für Gemeinwohl gegründet.

In der folgenden Tabelle sind die Bilanzzahlen einiger sozial-ethischer Banker in Europa dargestellt.

Tabelle 6: Bilanzdaten von sozial-ethischen Banken (Auswahl)

Quelle: Global Alliance for Banking on Values (2016); Zahlen in Millionen US-Dollar

	2014	2013	2012	2011	2010
GLS BANK					
Kredite	2.320	2.253	1.851	1.432	1.142
Einlagen	3.815	3.858	3.090	2.529	2.102
ALTERNATIVE BANK SCHWEIZ					
Kredite	1.008	997	926	854	801
Einlagen	1.476	1.438	1.261	1.105	995
TRIODOS BANK					
Kredite	5.186	4.881	4.343	3.675	2.820
Einlagen	7.645	7.779	6.072	4.831	4.027
BANCA ETICA					
Kredite	827	868	924	772	729
Einlagen	928	913	750	648	588
MERKUR COOPERATIVE BANK					
Kredite	223	239	205	206	194
Einlagen	355	375	320	283	247

3.2.2 Social-Venture-Capital-Fonds

Social-Venture-Capital-Fonds entspringen der Idee, dass Venture-Capital-Techniken in die Stiftungsarbeit übertragen werden. Aus diesem Grund werden sie ebenfalls Venture-Philanthropy-Fonds genannt. Statt einer Förderung nach dem Gießkannenprinzip gibt es eine passgenaue Förderung, die nach einem mehrstufigen Auswahlprozess mitunter auch die Finanzierungsstruktur beachtet (Heister, 2010; Letts, Ryan und Grossman, 1997). In der folgenden Tabelle sind einige Investitionen zu Illustrationszwecken angeführt.

Tabelle 7: Beispiele von sozialen Investitionen von Venture-Philanthropy-Fonds

Quelle: Spiess-Knafl und Aschari-Lincoln (2013) ergänzt durch eigene Recherchen

Investor	Sozial- unternehmen	Land	Tätigkeitsbereich	Finanzierungs- instrument	Jahr des ersten Investments	Gesamt- investment USD in '000
LGT Venture Philanthropy	Buddy	GB	Gesundheit	Eigenkapital / Wandeldarlehen / Spende	2013	626
Impact Ventures UK	Homes for Good	GB	Wohnungsbau	Eigenkapital / Fremdkapital	2014	3.296
Acumen Fund	Esoko	Ghana	Landwirtschaft	Eigenkapital / Fremdkapital	2014	750
PhiTrust	Groupe La Varappe	Frankreich	Bildung und Arbeitsmarkt	Eigenkapital / Fremdkapital	2008	662
Social Venture Fund	Verba Voice	Deutschland	Soziale Dienstleistung	Eigenkapital	2011	696

Nach Zahlen der European Venture Philanthropy Association (2016) vergeben Fonds Spenden (57%), Fremdkapital (20%), Eigenkapital (15%) und andere Finanzierungsinstrumente (8%). Dabei wollen 34% nur eine soziale Rendite erwirtschaften und verzichten auf jegliche finanzielle Rendite. 25% der Fonds sehen beide Renditeziele gleichberechtigt, während 41% die soziale Rendite prioritär sehen.

3.2.3 Crowdfunding-Plattformen

Gerade im Bereich der sozialen Innovation und des sozialen Unternehmertums ist die demokratische Form des Crowdfundings eine vielversprechende Variante. Die soziale Relevanz vieler sozialunternehmerischer Geschäftsmodelle macht Crowdfunding in den unterschiedlichen Varianten eine attraktive Finanzierungsoption.

Crowdfunding kann in unterschiedlichen Formen auftreten. Als Finanzierungsinstrument werden Eigenkapital, Fremdkapital und Spenden genutzt und dazu kommen noch die Formen des reward-based crowdfunding.

Nach Zahlen der Wirtschaftskammer (2016) haben im ersten Halbjahr 2016 die österreichischen Plattformen 13,5 Million eingesammelt. Seit Bestehen konnte die insgesamt Plattformen insgesamt 106 Projekte finanzieren. Die bestehenden zehn Plattformen sind CONDA, dagobertinvest, dasErtragReich, evercrowd, finnest, Green Rocket, Home Rocket, Regional funding, rendity und Tausend Mal Tausend.

3.2.4 Social Investment Advisors

Die Rolle, die Investment-Boutiquen oder Investmenbanken im traditionellen Kapitalmarkt ausfüllen, übernehmen Social Investment Advisors im sozialen Kapitalmarkt. In Großbritannien hat sich mit Big Society Capital die erste Social Investment Bank etabliert. Mit Hilfe der Regierung haben sie dabei eine Startkapitalisierung von 600 Millionen GBP nutzen können (Cohen, 2011).

Im deutschsprachigen Raum ist die Finanzierungsagentur für Social Entrepreneurship (FASE) führend. Sie berät Sozialunternehmen bei der Weiterentwicklung des Geschäftsmodells, strukturiert die passenden Finanzierungen und stellt ihr Netzwerk an sozialen Investoren zur Verfügung. Per Ende 20016 hat die FASE eine zweistellige Anzahl von Transaktionen begleitet.

3.2.5 Andere

Neben den oben angeführten Akteuren gibt es noch Entwicklungen, Social Stock Exchanges zu etablieren, die am Ende des Unternehmenszyklus die notwendige Liquidität und auch Handelbarkeit zur Verfügung stellen können. Ebenfalls haben sich sog. Funding Consultancies entwickelt, die vergleichbar zu Rating-Agenturen, die Wirksamkeit von Sozialsektororganisationen überprüfen und Empfehlungen abgeben. Dazu gibt es noch spezialisierte Investment-Fonds, die Anlegern die Möglichkeit bieten, in Sozialsektororganisationen zu investieren.

3.3 Kapitalgeber

Bei einer Betrachtung der Institutionen stellt sich auch die Frage, wer denn die Kapitalgeber sind, die Sozialunternehmen Geld zur Verfügung stellen. Anhand der Renditerwartung können sie in drei Gruppen unterschieden werden:

- Rein soziale Rendite ohne finanzielle Renditeerwartung: Spender und Stiftungen
- Geringe finanzielle Renditeerwartung zugunsten der sozialen Rendite: Soziale Investoren
- Marktgerechte soziale Rendite: Marktinvestoren

3.3.1 Investoren ohne Renditeerwartung:

Spender und Stiftungen

Zu der ersten Gruppe der Investoren ohne Renditeerwartung zählen Stiftungen und Spender. Sie verzichten zugunsten des sozialen Ziels auf sämtliche Rückflüsse.

Obwohl Österreicher oft als Spendenweltmeister titulierte werden, ist das Gesamtaufkommen von Stiftungsbeiträgen als auch von Spenden überschaubar. Laut Zahlen des Fundraising Verband Austria (2015) spendeten 62% der Österreicher insgesamt 600 Millionen Euro im Jahr 2015.

In Österreich gibt es laut Zahlen des Verbands Österreichischer Privatstiftungen (2016) 3.202 eigennützigen Privatstiftungen und etwa 600 gemeinnützige Stiftungen. Allerdings sind jedoch nur 200 Privatstiftungen rein gemeinnützig. Im Vergleich zu Deutschland mit mehr als 21.000 Stiftungen (Bundesverband Deutscher Stiftungen, 2016a) und 17 Milliarden Euro jährlichen Ausgaben für soziale Zwecke (Bundesverband Deutscher Stiftungen, 2016b) gibt es aber noch Potential. Das neue Stiftungsgesetz, das im Januar 2016 in Kraft trat, sollte zumindest teilweise zur Hebung dieses Potentials beitragen.

3.3.2 Investoren mit reduzierter Renditeerwartung:

Soziale Investoren

Die zweite Gruppe von Investoren setzen die gleiche Wertigkeit auf die soziale und die finanzielle Rendite einer Investition. Dabei kann man davon ausgehen, dass es ein Trade-Off-Verhältnis zwischen beiden Renditen gibt (Heister, 2010).

Für diese Gruppe gibt es eine Reihe von Bezeichnungen. Man bezeichnet sie als Social-Impact-Investoren und bezeichnet den Ansatz als sog. „double bottom line“, da in der Betrachtungsweise beide Renditeerwartungen eine Rolle spielen.

Naturgemäß ist es schwierig, absolute Höhen zur Renditeerwartung zu machen, aber es bewegt sich in der Regel um einige Prozentpunkte rund um Null. Manche Investoren sind auch bereit, ein Abschmelzen des Kapitalstocks in Kauf zu nehmen. Diese Gruppe ist in der Regel getrieben von dem Gedanken, dass man mit Business-Konzepten wirksamere Philanthropie betreiben kann (Bishop und Green, 2008). Aktuelle Beispiele sind etwa Bill Gates oder Mark Zuckerberg, die mit milliardenschweren Vehikeln und innovativen Ansätzen versuchen, neue Konzepte in der Philanthropie zu etablieren.

Oft verfolgen sie auch eine hybride Logik zwischen Investment und Spende verfolgen. Ein Investment kann beispielsweise dem Sozialunternehmen helfen, Kreditwürdigkeit aufzubauen und eventuell weitere Kapitalquellen zu eröffnen.

3.3.3 Investoren mit marktgerechter Renditeerwartung:

Marktinvestoren

Die dritte Gruppe von Investoren sind solche Marktteilnehmer, die nicht bereit sind, zugunsten des sozialen Ziels auf einen Teil der Rendite zu verzichten.

Es gibt auf der Suche nach diesen Investitionen durchaus Möglichkeiten, marktübliche Renditen zu erzielen. Beispiele dafür sind etwa Geschäftsmodelle mit einem Bottom-of-the-Pyramid-Ansatz, bei dem Finanzierungs- oder Telekommunikationsangebote an breite Bevölkerungsschichten mit geringem Einkommen vertrieben werden. In einem Analysten-Report von JP Morgan wurde etwa das Potential für das Anlagevolumen für „housing, rural water delivery, maternal health, primary education and financial services“ für diese Einkommensschichten auf 400 – 1,000 Milliarden bei einem möglichen Gewinn von 183-667 Milliarden USD geschätzt (O’Donohue u. a., 2010). Das hat zwar zu einem gewissen Enthusiasmus geführt, die erwarteten Volumina sind jedoch noch nicht eingetreten.

Sofern jedoch Banken als Kapitalgeber in Frage kommen, müssen sie natürlich das Kreditrisiko beachten und können nicht zugunsten des Unternehmens die Zinssätze verringern.

3.4 Konflikte durch die Finanzierungsstruktur

Die Vielfältigkeit der Finanzierungsmöglichkeiten legt nahe, dass es durchaus Interessenskonflikte geben kann. Da alle Finanzierungsinstrumente auch gleichzeitig genutzt werden können, kann es durchaus zu Interessenskonflikten kommen.

Konkret können die folgenden Finanzierungskonflikte auftreten:

- Trade-Off zwischen Kapitalgebern
- Kapitalkostenrestriktionen zwischen renditeorientierten Kapitalgebern und der öffentlichen Hand

- Nachhaltigkeitskonflikt zwischen der Zielgruppe und den Spendern und Stiftungen
- Crowding Out zwischen der öffentlichen Hand und den Spendern und Stiftungen
- Restriktive Vertragsbestimmungen zwischen der öffentlichen Hand und der Zielgruppe

Der Trade-Off betrifft die Interessenskonflikte, die auftreten können, wenn verschiedene Kapitalgeber zum gleichen Zeitpunkt Gelder zur Verfügung stellen. Während eine Stiftung z.B. die Maximierung des sozialen Outputs erwartet, wünscht sich ein profitorientierter Investor stabile Cash-Flows (Achleitner, Spiess-Knafl und Volk, 2014). In der letzten Zeit gibt es vermehrt Stiftungen, die sogar Garantien aussprechen, damit sich eine Organisation, günstiger Kapital besorgen kann. In der Regel wird es aber zumindest langfristig zu einem „interest alignment“ kommen.

Die Kapitalkostenrestriktionen bedeutet, dass es seitens der öffentlichen Hand Beschränkungen gibt, Kapitalkosten zu erstatten. Das ist insbesondere dann ein Problem, wenn etwa langfristige Projekte zwar genehmigt sind, aber kein Kredit aufgenommen werden kann, um notwendige Investitionen vorzufinanzieren.

Der Nachhaltigkeitskonflikt kann dann auftreten, wenn eine spendenbasierte Organisation versucht, ein kommerzielles Geschäftsmodell zu etablieren. Das könnte die bisherigen Spender dazu bringen, ihre Spenden zu reduzieren, da sie annehmen, dass das Unternehmen dadurch spendenunabhängig agieren kann.

Gleichzeitig gibt es das Phänomen, dass eine Erhöhung öffentlicher Gelder zu einem Rückgang von Spendengeldern führt. Das liegt zumindest in amerikanischen Untersuchungen daran, dass die Fundraising-Aktivitäten reduziert werden (Andreoni und Payne, 2011). Innovativere Programme wie etwa der Social Innovation Fund, der im White House beheimatet ist, arbeitet mit 1:1-Matching-Programmen, bei denen die staatliche Unterstützung von privaten Akteuren ebenfalls eingebracht werden muss.

Der letzte Konflikt sind eventuell vorhandene restriktive Vertragsbestimmungen der öffentlichen Hand. So untersagt die öffentliche Hand oft und verständlicherweise eine finanzielle Beteiligung der Zielgruppe oder reduziert den eigenen Beitrag um sämtliche Zuwendungen dritter Seite. Das reduziert gleichzeitig auch den Anreiz, die Finanzierung anders zu strukturieren.

Die verschiedenen Finanzierungskonflikte sind in der Abbildung 6 dargestellt.

Abbildung 6: Mögliche Finanzierungskonflikte

Quelle: Spiess-Knafl (2012)

	Spender & Stiftungen	Soziale Investoren	Markt-investoren	Öffentliche Hand	Zielgruppe
Spender & Stiftungen	—	Trade-Off	Trade-Off	Crowding-Out	Nachhaltigkeitskonflikt
Soziale Investoren	Trade-Off	—	Trade-Off	Kapitalkostenrestriktionen	(kein Konflikt)
Markt-investoren	Trade-Off	Trade-Off	—	Kapitalkostenrestriktionen	(kein Konflikt)
Öffentliche Hand	Crowding-Out	Kapitalkostenrestriktionen	Kapitalkostenrestriktionen	—	Restriktive Vertragsbestimmungen
Zielgruppe	Nachhaltigkeitskonflikt	(kein Konflikt)	(kein Konflikt)	Restriktive Vertragsbestimmungen	—

Diese Auflistung lässt ein wenig außer Acht, dass es sowohl eine Phasenabhängigkeit als auch eine Gleichzeitigkeit der Finanzierungsinstrumente geben kann. Milligan und Schöning (2011) nennen das den „layer cake approach“, während anderen von „hybrid finance“ sprechen. Im Kapitel 4.2 wird auf Entwicklungen zu hybriden Kapitalstrukturen näher eingegangen.

3.5 Schwächen des sozialen Kapitalmarkts

Der Zugang zu Finanzierung wird als eine Hürde für Sozialunternehmen gesehen, wobei es generell auch für klassische Klein- und Mittelunternehmen eine Herausforderung ist. Das Kapitel hat aufgezeigt, welche strukturellen Schwierigkeiten es noch gibt, aber auch in der Entwicklung des sozialen Kapitalmarkts, der Angebot und Nachfrage zusammenführen soll, gibt es noch Schwächen.

3.5.1 Angebot nach Finanzierung

Wenn es um das Angebot von sozialer Finanzierung geht, dreht es sich in der Regel um die Bereitstellung von Fremdkapital oder Eigenkapital. Viele Investoren sind etwa mit den Bedingungen des Sozialsektors nicht vertraut und verstehen die Sprache von Sozialunternehmen nicht, die eher auf soziale Wirkung abzielt und oft verschiedene Finanzierungsquellen nutzt.

Auf Seiten der Stiftungen und Fonds gibt es kein konsistentes Bild, wie man im Sozialsektor finanzieren möchte. Von Seiten der Privatinvestoren gibt es durchaus starkes Interesse an Anlagemöglichkeiten, jedoch finden diese noch keine Anlagemöglichkeiten. Das hängt mit dem Fehlen der Intermediäre zusammen, die zu einem funktionierenden Ökosystem beitragen würden. Eine Initiative der Europäischen Kommission finanziert etwa 20 Projekte, die an der Schnittstelle zwischen Angebot und Nachfrage agieren und zu einem funktionierenden Markt beitragen sollen.

3.5.2 Nachfrage nach Finanzierung

Allerdings ist auch die Nachfrage noch eine Schwäche des sozialen Kapitalmarkts. Das liegt an der Präferenz für Spenden und die fehlende „investment readiness“.

Spenden sind aus vielen Gründen die beliebteste Finanzierungsmöglichkeit des Sozialsektors. Stiftungen, die an Stelle von Spenden Kredite vergeben wollen, stoßen regelmäßig auf Unwillen seitens der Sozialunternehmen.

Das hängt unter anderem auch mit der fehlenden investment readiness zusammen. Das bedeutet, dass Sozialunternehmen nicht über die notwendigen Rechtsstrukturen, das notwendige Management-Wissen oder gar kein Geschäftsmodell vorweisen können, das eine externe Finanzierung ermöglichen würde. Deswegen gibt es momentan in Großbritannien oder auf EU-Ebene Programme, die darauf abzielen, diese investment readiness herzustellen. Eine öffentliche Investition in diese Programme hat auch einen großen Hebel, da man damit die finanzielle Beteiligung weiterer privater Akteure ermöglicht.

4 Aktuelle Entwicklungen

Social Finance ist momentan ein großes Thema für Unternehmen, Banken, Regierungen und Sozialsektororganisationen.

In der USA gibt es das White House Office of Social Innovation and Civic Participation. In Großbritannien ist das Cabinet Office ein Vorreiter im Bereich Impact Investing und hat auch die G8 Social Impact Initiative vorangetrieben. Auf europäischer Ebene ist vor allem die Social Business Initiative zu nennen, die zum EaSI-Programm und Programmen mit der European Investment Fund geführt hat. Ebenfalls zu nennen ist die Gesetzgebung für den European Social Entrepreneurship Fund und dem Social Impact Accelerator. Diese Maßnahmen zielen darauf ab, Sozialunternehmen über die Entwicklung des sozialen Kapitalmarkts zu unterstützen.

In Deutschland gibt es eine ganze Reihe von Förderprogrammen für Sozialunternehmen, die auch von der deutschen Bundesregierung unterstützt werden. Zuletzt mit dem Schwerpunkt auf Sozialunternehmen im Rahmen der KMU-Woche im Bundesministerium für Wirtschaft und Energie.

In diesem Kapitel sollen vor allem die neuen Modelle der wirkungsorientierter Förderung, der hybriden Entwicklungen als auch die Investitionsmodelle für Privatanleger dargestellt werden.

4.1 Pay-for-Results-Modelle

Social Finance beruht zu einem wesentlichen Teil darauf, dass man die Wirksamkeit der Projekte in irgendeiner Art und Weise quantifizieren kann. Diese Wirksamkeitsorientierung wird nun vereinzelt auch in Förderprogrammen der öffentlichen Hand eingesetzt. Die Umsetzung erfolgt mit Hilfe sog. Pay-for-Results-Modelle.

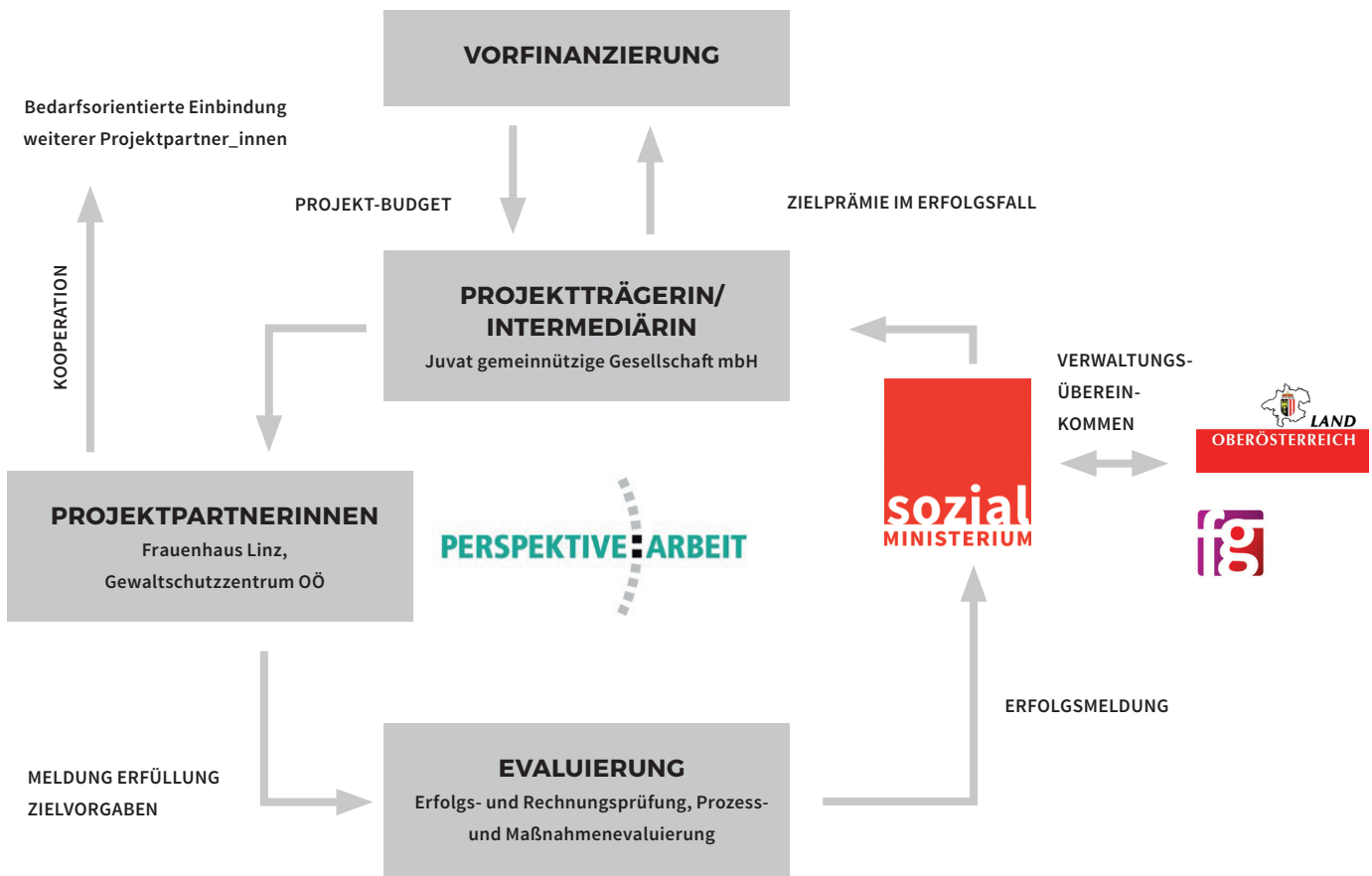
Sie werden als Weiterentwicklung der traditionellen Mittelvergabe im Sozialsektors gesehen. Dabei werden in Anerkennung der Fortschritte bei Impact Assessment und den Social Reporting Standards Gelder in Abhängigkeit der jeweiligen Wirkung ausbezahlt.

Das White House Office of Social Innovation and Civic Participation hat im Rahmen des Social Innovation Funds, Programme unterstützt, die Pay-for-Success-Modelle etablieren helfen (Corporation for National and Community Service, 2016b). Durch das Programm wurden 12,3 Millionen USD an 65 Organisationen verliehen, die zu 100 Pay-for-Success-Modellen führen könnten (Corporation for National and Community Service, 2016a). Das zeigt wiederum die Möglichkeit mit kleinen Beträgen, Programme mit großer Wirkung anzuschieben.

Weltweit gibt es 60 Modelle für Social Impact Bonds. Social Impact Bonds sind Mechanismen, die auf die Wirkung einer sozialen Maßnahme abzielen und der öffentlichen Hand vor allem die Präventionsfinanzierung ermöglicht (Fliegaut und Spiess-Knafl, 2016). Man kann Social Impact Bonds auch als Risikokapital für die öffentliche Hand sehen, die von privaten Investoren zur Verfügung gestellt werden, um Innovationen zu ermöglichen. Eine Social Impact Bond ist in der folgenden Abbildung dargestellt.

Abbildung 7: Funktionsweise eines Social Impact Bonds

Quelle: Bundesministerium für Arbeit, Soziales und Konsumentenschutz (2016)



Wie in jedem Social Impact Bond erfolgt die Vorfinanzierung von einem sozialen Investor, der das Geld für die Maßnahmen zur Verfügung stellt. Der Projektträger finanziert damit die durchführenden Organisationen und wenn die Maßnahmen erfolgreich sind, erfolgt die Rückzahlung des Budgets mit einer Rendite, die sich an den Kennzahlen orientiert.

Social Impact Bonds fokussieren also stark auf die Wirksamkeit und die Prävention. Sie sind dadurch auch nur in solchen Gebieten einsetzbar, bei denen es klare Kosten-Nutzen-Kalkulationen und keine Zuordnungsschwierigkeiten gibt. Besonders eignen sich dadurch etwa Arbeitsintegrationsmaßnahmen oder Begleitmaßnahmen von Straffälligen.

Es gibt allerdings auch Abwandlungen des Social Impact Bonds. Social Impact Incentives gehen ein Stück weiter und setzen bei der Abhängigkeit von öffentlichen Geldern an. Der Ansatzpunkt ist, dass Organisationen mit Hilfe von Anschubfinanzierungen ihre Kostenstruktur so ändern können, dass sie unabhängig von öffentlichen Geldern werden. Diese Social Impact Incentives finanzieren Geschäftsmodelle dahingehend, dass sie gewisse Skaleneffekte erreichen können. Diese Modelle sind ähnlich wie Social Impact Bonds nur für vereinzelte Geschäftsmodelle durchführbar.

Eine andere Weiterentwicklung ist die prozentuale und direkte Bezahlung der Sozialsektororganisationen. In einem einzigen dem Autor bekannten US-amerikanischen Fall ist die Bezahlung an die prozentuale Erreichung der Ziele gekoppelt. So wird mit der Organisation ein Ziel vereinbart und wenn das Ziel nur teilweise erfüllt wird, erfolgt die Bezahlung eben nur prozentual.

4.2 Hybride Entwicklungen

In einem vorangegangenen Kapitel wurden die Finanzierungskonflikte in der Finanzierungsstruktur diskutiert. Die verschiedenen Renditeerwartungen können zu Konflikten führen, wenn die Handlungslogiken nicht übereinstimmen.

In letzter Zeit kommt es verstärkt zu sog. hybriden Deals, die mehrere Renditeerwartungen miteinander kombinieren. So kann beispielsweise eine Stiftung eine Haftung übernehmen, um einem Sozialunternehmen die Kreditwürdigkeit zu geben, höhere Kapitalsummen einzuwerben. Insbesondere für große Stiftungen wie z.B. die Bill & Melinda Gates Foundation ist es eine sinnvolle Variante, mit relativ wenig Kapitaleinsatz ihren Projektpartnern höhere Finanzierungssummen zu ermöglichen. Die Stiftung löst damit ein Finanzierungsproblem, das bei den Schwächen des sozialen Kapitalmarkts diskutiert wurde.

Yunus Social Business arbeitet an dem Konzept des Yunus Social Note, die dem Investor eine Rendite auf Basis des sog. „social outcome“ ermöglicht (Yunus Social Business, 2015). Dabei zahlt also ein philanthropischer Investor die Rendite für Kapitalgeber.

Man kann auch vermuten, dass es zukünftig vermehrt intersektorale M&A-Transaktionen geben wird, die einen hybriden Charakter haben werden. In Großbritannien wurde ein Anbieter von Volunteering-Programmen gekauft, der naturgemäß eine attraktive Erweiterung des bestehenden Angebots von temporären Arbeitskräften ist. Die Kritiken, die oft an der Kommerzialisierung des Sozialsektor geäußert werden, sind schon auch relevant. Dazu zählen das mögliche Crowding-Out ehrenamtlicher Motivlagen oder die Erosion des sozialen Kapitals einer Gesellschaft, wenn marktbasierete Konzepte stärker werden (Edwards, 2008).

4.3 Öffnung des Sektors für Anleger

Philanthropische Investments waren lange Family Offices und institutionellen Investoren vorbehalten. Jedoch gibt es ein starkes Interesse privater Investoren an Investments, die auch vermehrt an sozialen Investitionen interessiert sind.

Am Beispiel eines institutionellen Investors ist das Investitionsspektrum in der folgenden Abbildung dargestellt. Der erste Schritt ist die Integration von Environmental, Social und Governance (ESG)-Kriterien in die Investitionsentscheidung. Dahinter liegt das Verständnis, dass all diese Kriterien einen Einfluss auf den Unternehmenserfolg haben und somit auch ein Management-Qualitäts-Indikator sein können (Value Walk, 2016).

Der erste aktive Schritt ist das negative Screening. In der Regel werden dabei Tabak-, Glückspiel- oder Rüstungsunternehmen ausgeschlossen. Ein weiterer Schritt wäre die Integration von Überzeugungen und Werten in die Investitionsentscheidung. Der nächste Schritt wäre die Überlegung, wie man denn mit seinen Investitionen auch einen beabsichtigten Social Impact erzielen kann.

Erst im nächsten Schritt werden Impact First-Überlegungen relevant, die zu einer Reduktion der finanziellen Rendite führen. In den Investmententscheidungen ist es für die institutionellen Investoren aber eher keine Option. Häufig führen sie Treuepflichten gegenüber dem Anleger als Grund aus.

Abbildung 8: Investitionsspektrum

Quelle: Standard Life Investment (2016)

		Currently practised by Standard Life Investments		Exploring	No involvement	
Traditional investment with no consideration of ESG factors	Integration	SRI	Ethical	Impact	Impact first	Impact only
		Negative exclusions ← → Positive opportunities			Positive opportunities	
	No screening	Sustainability-based screening	Values-based screening	Values-based inclusions	Impact-driven inclusions	Impact-driven inclusions
	ESG risk management					
	ESG opportunity set					
					Societal solutions	
	Dedicated engagement activity					

In der Schweiz ist etwa ResponsAbility ein Anbieter, der Investmentprodukte anbietet. In Österreich hat die Erste Bank Anleihen für Investoren strukturiert, die mit den Geldern eine südamerikanische Bildungseinrichtung finanziert. Der Erfolg der ethisch-sozialen Banken anhand der stetig steigenden Bilanzsumme ist ein weiterer Ausweis dafür. Auch Crowdfunding nutzt vermehrt diese Möglichkeiten. Auf verschiedenen Plattformen kann man beispielsweise Kredite an einzelne afrikanische Kreditnehmer vergeben.

5 Handlungsempfehlungen

Die Handlungsempfehlungen basieren auf den Erkenntnissen der Studie als auch auf Gespräche mit Experten und Marktteilnehmern in Österreich. Wenn möglich wurden die Empfehlungen aus anderen Studien ebenfalls berücksichtigt und aufgenommen (etwa Rameder u. a., 2016; Ashoka u. a., 2015; Unterberg u. a., 2015; Spiess-Knafl und Jansen, 2013).

Die Studie zeigt, dass belastbare Zahlen zwar teilweise vorhanden sind, aber gerade in einem sich dynamisch entwickelnden Sektor mit sich stetig ändernden Bedingungen vorsichtig agiert werden muss. Insbesondere die Transparenz des Marktes bleibt eine Herausforderung.

Die ganzen Handlungsempfehlungen haben als Ziel immer den Aufbau eines Ökosystems vor Augen, der letztendlich dazu dient, Sozialunternehmen bei der Skalierung ihres Geschäftsmodells zu unterstützen.

Die Handlungsempfehlungen orientieren sich an der Angebot- und Nachfrageseite und nehmen auch allgemeine Punkte auf, die zur gesamten Sektorentwicklung beitragen können.

Tabelle 8: Abgeleitete Handlungsempfehlungen

	Öffentliche Hand	Kapitalgeber	Zivilgesellschaft	Sozialunternehmen
Angebot an Finanzierung	Anpassung der Finanzierung Rechtsbedingungen	Zusammenarbeit über den Lebenszyklus Fokus auf Innovation	Eigene Social Investments	
Nachfrage nach Finanzierung	Öffentliche Beschaffung und Wirkungsorientierung Gründungsförderung	Unterstützung von Investment-Readiness-Programmen	Kaufverhalten	
Allgemeines	Statistiken und Datenbanken Informationsoffensive Politische Verankerung	Reporting	Unterstützung des Ökosystems	Eigene Interessensvertretung

5.1 Öffentliche Hand

Ähnlich wie in den 1980-er Jahren könnte eine neue Periode experimenteller Sozialpolitik stattfinden. Social Finance könnte ein Fokus dieser Initiativen sein, da es die privaten Akteure einbezieht. Insbesondere das Verhältnis zwischen sozialer und wirtschaftlicher Sphäre könnte neu gedacht werden und ähnlich wie in Deutschland auch soziale Innovationen stärker in den Fokus der öffentlichen Institutionen gerückt werden (Unterberg u. a., 2015).

5.1.1 Stärkung des Angebots

5.1.1.1 Rechtliche Rahmenbedingungen

Die eigene Entwicklung einer eigenen Unternehmensform für Sozialunternehmen steht zwar regelmäßig auf der Wunschliste, aber in der bisherigen Phase des Marktes ist es wohl zu früh für konkrete Entwicklungen. In diesem Kontext ist insbesondere darauf zu warten, wie sich etwa in Großbritannien die Community Interest Company oder die Zertifizierung durch unabhängige dritte Parteien entwickeln.

Rameder u. a. (2016) sehen durch das Gemeinnützigkeitspaket die Rahmenbedingungen für Stiftungen deutlich verbessert, bemängeln jedoch, dass soziale Innovationen durch Start-Ups, Einzelpersonen oder nicht-einkommenssteuerrechtlich begünstigte Empfänger benachteiligt werden. Ashoka u. a. (2015) führen an, dass insbesondere eine Anpassung der Definition vom Gemeinnützigkeitsrecht eine sinnvolle Maßnahme wäre.¹⁷

In diesem Kontext werden auch die Rahmenbedingungen für hybride Finanzierungen angepasst werden müssen. Bei diesen Finanzierungsmodellen ist ein Teil der Finanzierungsstruktur philanthropisch und führt in der Kombination oft zu steuerrechtlichen Problematiken. Als Stichwort sollen hier „convertible grants“, bei denen Spenden in Eigenkapital gewandelt werden können, angeführt werden. Gerade eine Öffnung für alternative Finanzierungsformen würde gemeinwohlorientierten Unternehmen helfen und experimentelle Zugänge in der Steuerpolitik neue Finanzierungsformen ermöglichen.

5.1.1.2 Finanzierung

Für den Staat bietet sich darüber hinaus, die direkte Möglichkeit, über Garantien oder direkte Investitionen das verfügbare Investitionsvolumen für Sozialunternehmen zu erhöhen.

Bei Garantien übernimmt der Staat den ersten Teil der Verluste eines Kreditportfolios. Für Banken lässt sich somit das Risiko besser kalkulieren und durch die Garantien gibt es Erleichterungen bei der Berechnung des notwendigen Eigenkapitals.

Es wäre auch denkbar, dass die öffentliche Hand ein sog. „anchor investment“ in neue Social-Venture-Capital-Fonds tätigt. Europaweit ist das in der Venture-Capital-Industrie durchaus üblich und auch einige der neueren Fonds haben Kapital von der Europäischen Investitionsbank eingesammelt.

In der Regel kann man davon ausgehen, dass jeder Euro, der über Garantien oder Eigenkapital in Fondskonstruktionen investiert wird, private Folgeinvestitionen von 4 bis 10 Euro auslöst.¹⁸

5.1.2 Stärkung der Nachfrage

5.1.2.1 Beschaffung und Wirkungsorientierung

Die stärkere Fokussierung auf die Förderung sozialer Innovationen im Bereich der öffentlichen Beschaffung hätte zwar nur einen indirekten, aber wesentlichen Einfluss auf das Entstehen eines sozialen Kapitalmarkts. Im Kapitel „Finanzierung von Sozialunternehmen“ wurde gezeigt, dass insbesondere öffentliche Verträge die

¹⁷ Ein geeignetes Instrument zur Entwicklung geeigneter Lösungen für die passenden Rechtsbedingungen sind in der Regel Multi-Stakeholder-Ansätze, um alle Perspektiven abbilden zu können.

¹⁸ Bei Garantien kann man davon ausgehen, dass man etwa 10% der Ausfälle eines Kreditportfolios übernimmt. Bei Ankerinvestments in Social-Venture-Capital-Fonds werden es wohl 25% sein (vgl. Spiess-Knafl und Jansen, 2013)

Skalierungsbasis für viele Sozialunternehmen darstellen. Die breite Umsetzung der EU-Richtlinie ermöglicht neue Modelle, wobei ein Augenmerk auch auf die breite Umsetzung gelegt werden sollte. Nicht umsonst verweisen Verbände auf die Möglichkeiten dieser Umsetzung (arbeit plus – Soziale Unternehmen Österreich 2016) und wurde auch als Empfehlung von Rameder u. a. (2016) vorgelegt.

So wie es das Pilotprojekt des Social Impact Bonds gezeigt hat, wäre eine stärkere Wirkungsorientierung in der Finanzierung wünschenswert. Eine gesamte Umstellung der Mittelvergabe wird sich als schwierig erweisen, aber in einem ersten Schritt könnten es weitere Social Impact Bonds, eine Veröffentlichung anonymisierter Kostenberechnungen oder ein Benchmarking sein. Letztendlich wäre damit das Ziel einer evidenzbasierten Gesellschaftspolitik erreichbar.

5.1.2.2 Gründungsförderung und Bezuschussung von Beratungsleistungen

Eine große Wirkung erzielt man in der Regel auch bei der Gründungsförderung und der Bezuschussung von Beratungsleistungen. Man müsste nur neu gegründete Sozialunternehmen in die Gründungsberatung und -finanzierung aufnehmen, indem man die Töpfe für traditionelle Unternehmen um diese Zielgruppe erweitert.

Ashoka u. a. (2015) sprechen davon, dass maßgeschneiderte Förderprogramme wünschenswert wären. Als Adressaten für die Durchführung bieten sich etwa Universitäten oder Intermediäre, die schon im Ökosystem aktiv sind, an.

5.1.3 Allgemeines

5.1.3.1 Daten und Statistiken

Für eine neue Generation experimenteller Gesellschaftspolitik mit einer evidenzbasierten Entscheidungsfindung sind Daten und Statistiken wesentlich. Die gesamte Datenlage in Österreich ist eigentlich gut (bspw. Vandor u. a., 2015; Matthis, Heckl, und Senarclens de Grancy, 2014), aber es fehlt an einer konsistenten Datengrundlagen, die in einem regelmäßig Abstand erhoben wird. Damit könnte man auch die Entwicklung des Sektors und der notwendigen Finanzierungsprogramme besser steuern und abschätzen.

Auch in Österreich gibt es viele Daten zu den Kostenstrukturen, die man jedoch nicht leicht öffentlich finden kann. In Großbritannien publiziert das Center for Social Impact Bonds sehr ausführliche Kostenanalysen für 600 Bereiche. Das ermöglicht es Unternehmen Geschäftsmodelle zu entwickeln, wenn sie beispielsweise wissen, welche Kosten sie unterbieten müssen.

Während die Kosten leichter zu quantifizieren sind, ist der Mehrwert solcher Maßnahmen schwieriger zu messen. So kann man zwar die Kosten für ein Bildungsjahr leicht quantifizieren, aber die Effekte zeigen sich erst über einen Zeitraum, der Jahrzehnte dauern kann.

Tabelle 9: Kostenangaben für soziale Bereiche (Auswahl)

Quelle: New Economy (2016)

Detail	Unit	Fiscal value
Child taken into care - average fiscal cost across different types of care setting	Per year	£ 52.676
Average cost of a fire in a domestic building	Per incident	£ 51.129
Offender, Prison Male Category B prison including central costs (costs per prisoner per annum)	Per person per year	£ 34.398
Temporary accommodation - average weekly cost of housing a homeless household in temporary accommodation using stock belonging to a private landlord	Per week	£ 177
Not in Employment Education or Training (NEET)	Per year	£ 4.637

5.1.3.2 Informationsoffensive

Die öffentliche Hand könnte darüber hinaus ihr Mobilisierungspotential wesentlich stärker nutzen und Kampagnen für Social Entrepreneurship und die Finanzierung sozialer Innovationen durch private Akteure etwa durch Crowdfundingkampagnen durchführen. Ebenso könnte private Kapitalgeber ermuntert werden, sich stärker philanthropisch zu betätigen.

5.1.3.3 Politische Verankerung

Dazu wäre noch eine stärkere Verankerung in der Verwaltung wünschenswert. Wie auch in anderen Ländern üblich, wäre es denkbar, in Österreich ein Social Innovation Office oder soziale Innovationen in einem Staatssekretariat zu verankern. Rameder u. a. (2016) sprechen in diesem Kontext von einer Klärung der politischen Zuständigkeit, die damit gelöst werden könnte.

5.2 Kapitalgeber

5.2.1 Stärkung des Angebots

Sozialunternehmen haben oft das Problem einer fehlenden Zusammenarbeit über den Lebenszyklus hinweg (Milligan und Schöning, 2011). So wäre es eine positive Entwicklung, wenn die verschiedenen Kapitalgeber ihre Zusammenarbeit verbessern könnten und die Kapitalgeber der einzelnen Abschnitte miteinander kooperieren. So gibt es zwar schon Kooperationen, jedoch könnte das noch ausgebaut und intensiviert werden.

5.2.2 Stärkung der Nachfrage

Sozialunternehmen sind in der Regel nicht investment ready. Ein Investor muss mit dem Unternehmen zusammenarbeiten und erst an der Entwicklung des Geschäftsmodells und der Absatzmöglichkeiten arbeiten. Das erfordert auf Seiten

des Sozialunternehmens eine gewisse Lernbereitschaft und auf Seiten des Kapitalgebers ein Verständnis dafür, dass soziale und finanzielle Renditen nicht immer einfach in ein Geschäftsmodell zu integrieren sind.

Abseits der bekannten Social-Venture-Capital-Fonds braucht es eine gewisse Bereitschaft, Innovationen in der Finanzierung zu wagen. So gibt es durchaus ein Misserfolgsrisiko, aber das sollte dem höheren sozialen Nutzen gegenüber gut abzuwägen sein. Das trifft besonders für Stiftungen zu, die in der Regel das Misserfolgsrisiko eher scheuen.

5.2.3 Allgemeines

Es gibt in Österreich schon ein erstes Ökosystem, auf das Sozialunternehmer zurückgreifen können. Die Europäische Kommission unterstützt mit ihren aktuellen Förderprogrammen insbesondere die Ökosystem-Akteure, die entweder an Investment-Readiness-Support-Programmen arbeiten oder als Finanzintermediäre an der Finanzierung von Sozialunternehmen arbeiten

Generell wäre es wünschenswert, wenn die Kapitalgeber verstärkt soziale Innovationen in den Fokus ihrer Betrachtungen nehmen. In diesem Kontext wäre auch ein „Innovationsradar“ interessant. Gerade auf Crowdfunding-Plattformen findet man Hinweise darüber, mit welchen besonderen Problemstellungen die Gesellschaft zukünftig konfrontiert sein könnte. Gerade im intransparenten Sozialsektor könnte das eine interessante Hilfestellung sein.

Auch in Österreich sollten Arbeiten an einem Social Reporting Standard eingeführt werden (Achleitner u. a., 2009; Roder, 2011). Ein gemeinsamer Ansatz zur Wirkungsmessung könnte die Arbeit für Sozialektororganisationen vereinfachen und auch gemeinsame Standards schaffen.

5.3 Zivilgesellschaft

5.3.1 Stärkung des Angebots

Die Zivilgesellschaft kann durch eigene Investitionsentscheidungen dazu beitragen, dass mehr Kapital zur Verfügung steht. Das kann dadurch passieren, dass sozial-ethischen Banken mehr Spareinlagen bekommen oder man bewusst nach ethischen Anlagemöglichkeiten sucht. Auch eine Einbeziehung der Investitionsmöglichkeiten auf Crowdfunding-Plattformen kann dazu führen, dass mehr soziale Innovationen finanziert werden.

5.3.2 Stärkung der Nachfrage

Die Nachfrage von Sozialunternehmen nach sozialer Finanzierung ist immer eine Frage der eigenen unternehmerischen Möglichkeiten. Wenn der eigene Umsatz nicht hoch genug ist, um eigene Finanzierungen zu stemmen, dann wird es folglich auch keine Investitionen geben. Die Zivilgesellschaft kann Sozialunternehmen damit unterstützen, indem sie bei ihren Kaufentscheidungen bewusst, lokale, soziale und ökologische Kriterien bedenkt.

Eine Finanzierung ist immer dann schwierig, wenn es ein hohes Maß an Informationsasymmetrien gibt. Eine Zertifizierung von Sozialunternehmen, die aus der Zivilgesellschaft kommt, könnte eine hilfreiche Entwicklung für Sozialunternehmen sein.

5.3.3 Allgemeines

Auch die Zivilgesellschaft kann am Aufbau eines Ökosystems mithelfen. Dabei gibt es viele Möglichkeiten. Das kann die Bereitstellung von Infrastruktur oder die ehrenamtliche Mitarbeit sein. Ebenso denkbar sind die aktive Mitarbeit oder die Nutzung von Sabbaticals zur Mitarbeit in einem Sozialunternehmen sein.

5.4 Sozialunternehmen

Für Sozialunternehmen wäre die Gründung einer eigenen Interessensgemeinschaft eine interessante Option, um konzentriert ihre Anliegen vortragen zu können. Wie es Ashoka u. a. (2015) ausdrücken, schafft eine Plattform Sichtbarkeit, erleichtert den Zugang für interessierte Bürger und kann Interessen extern vertreten.

ANHANG

Literaturverzeichnis

Die Arbeit beruht auf Gesprächen mit den vorne genannten Experten, vertraulichen Unterlagen der Gesprächspartner und den folgenden Quellen:

Achleitner, Ann-Kristin (2006): „Social Entrepreneurship und Venture Philanthropie- Erste Ansätze in Deutschland“. Erschienen in: Management am Puls der Zeit, Festschrift für Univ. Prof. Dr. Dr. hc mult. Horst Wildemann 1: 57–70.

Achleitner, Ann-Kristin, Alexander Bassen, Barbara Roder und Lena Lütjens (2009): „Ein Standard für die Berichterstattung von Social Entrepreneurs“. Ökologisches Wirtschaften-Fachzeitschrift 24 (4).

Achleitner, Ann-Kristin, Peter Heister und Wolfgang Spiess-Knafl (2015): „Kapitaleinwerbung aus Sicht eines Sozialunternehmens“. In Entrepreneurial Marketing, 121–134. Springer. http://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-658-05026-9_7.

Achleitner, Ann-Kristin, Wolfgang Spiess-Knafl und Sarah Volk (2011): „Finanzierung von Social Enterprises – Neue Herausforderungen für die Finanzmärkte“. Social Entrepreneurship–Social Business: Für die Gesellschaft unternehmen, Wiesbaden, 269–286.

—— (2014): „The financing structure of social enterprises: conflicts and implications“. International Journal of Entrepreneurial Venturing 6 (1): 85–99.

Albrecht, Günter und Axel Groenemeyer, Hrsg (2012): Handbuch soziale Probleme. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. <http://link.springer.com/10.1007/978-3-531-94160-8>.

Andreoni, James und A. Abigail Payne (2011): „Is Crowding out Due Entirely to Fundraising? Evidence from a Panel of Charities“. Journal of Public Economics 95 (5–6): 334–43. doi:10.1016/j.jpubeco.2010.11.011.

arbeit plus – Soziale Unternehmen Österreich (2016): „Öffentliche Vergabe & Soziale Dienstleistungen“.

Ashoka Deutschland (2016): „Ralf Sange“. 2016. Ashoka Deutschland. Zugriffen Oktober 28. <http://germany.ashoka.org/fellow/ralf-sange>.

Ashoka, Impact Hub Vienna, bdv Austria und Austrian Council (2015): „Arbeitspapiere für mehr gesellschaftliche Innovation und Sozialunternehmertum in Österreich“. http://ashoka-cee.org/austria/wp-content/uploads/sites/2/2015/03/Arbeitspapiere_Multistakholder-AGs_-fu%CC%88r-mehr-gesellschaftliche-Innovation-und-Sozialunternehmertum-in-O%CC%88sterreich_Stand24.06.2014.pdf.

Bishop, M. und M. Green (2008): „Philanthropocapitalism“. A&C Black, London.

Brammer, Stephen und Andrew Millington. 2008. „Does It Pay to Be Different? An Analysis of the Relationship between Corporate Social and Financial Performance“. Strategic Management Journal 29 (12): 1325–43. doi:10.1002/smj.714.

Bundesministerium für Arbeit, Soziales und Konsumentenschutz (2016): „Der erste österreichische Social Impact Bond: Ökonomisches und soziales Empowerment von gewaltbetroffenen Frauen“. Zugriffen September 25. https://www.sozialministerium.at/cms/site/attachments/1/2/2/CH3434/CMS1454342099172/projektu_bersicht_sib_oesterreich_aktuell_mp.pdf.

- Bundesverband Deutscher Stiftungen** (2016a): „Stiftungen in den Bundesländern im Überblick“. Zugegriffen September 24. https://www.stiftungen.org/fileadmin/bvds/de/Forschung_und_Statistik/Statistik_2016/Rechtsfaehige_Stiftungen_im_Ueberblick_2015.pdf.
- (2016b): „Stiftungen in Zahlen“. Zugegriffen September 24. <https://www.tag-der-stiftungen.de/de/informieren/stiftungen-in-deutschland/stiftungen-in-zahlen.html>.
- Cabinet Office** (2016): „Social Enterprises: Market Trends. Based upon the BIS Small Business Survey 2014“. https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/507236/SOCIAL_ENTERPRISE-_MARKET_TRENDS_2015.pdf.
- Cohen, Ronald** (2011): „Harnessing social entrepreneurship and investment to bridge the social divide“. In EU conference on the social economy. Bd. 18.
- Corporation for National and Community Service** (2016a): „About the Social Innovation Fund“. Corporation for National and Community Service. Zugegriffen September 25. <http://www.nationalservice.gov/programs/social-innovation-fund/about-sif>.
- (2016b): „Social Innovation Fund“. Zugegriffen September 25. http://www.nationalservice.gov/sites/default/files/documents/CNCS-Fact-Sheet-2016-SocialInnovationFund_0.pdf.
- Dees, Gregory J.** (2001): „The meaning of “Social Entrepreneurship”, The Fuqua School of Business“. Download unter: http://www.fuqua.duke.edu/centers/case/documents/dees_sedef.pdf.
- Discovering Hands** (2016): „Die Idee“. <http://www.discovering-hands.de/de/die-idee/die-idee.html>.
- Edwards, Michael** (2008): Just Another Emperor? The Myths and Realities of Philanthrocapitalism. 1. Aufl. London (UK): Demos.
- Esping-Andersen, Gøsta** (1990): The three worlds of welfare capitalism. Princeton: Princeton University Press.
- European Venture Philanthropy Association** (2016): „EVPA Yearly Survey 2013/2014“. Text/html. EVPA. November 2. <http://evpa.eu.com/knowledge-centre/publications/evpa-yearly-survey-2013-2014-european-venture-philanthropy-and-social-investment>.
- Finanzierungsagentur für Social Entrepreneurship** (2015): „Fallstudie Discovering Hands“. http://fa-se.de/wp-content/uploads/2015/11/141006_Fallstudie-Social-Entrepreneurship_DH.pdf.
- Fliegau, Mark T. und Wolfgang Spiess-Knafl** (2016): „Investition, Innovation, sozialer Fortschritt-Ehernes Gesetz oder Trias der Beliebigkeit?“ Sozialer Fortschritt 65 (1-2): 45–50.
- Friedman, Milton** (1970): „The Social Responsibility of Business Is to Increase Its Profits“. New York Times Magazine, September.
- Fundraising Verband Austria** (2015): „Spendenbericht 2015“. <http://www.fundraising.at/LinkClick.aspx?fileticket=LWj63CMPXVo%3d&tabid=421&language=de-DE>.
- Global Alliance for Banking on Values** (2016): „Thinking people before profit“. Global Alliance – For Banking on Values. Zugegriffen November 2. <http://www.gabv.org/>.
- Global Impact Investing Network** (2016): „Impact Investing“. <https://thegiin.org/impact-investing/>.

- Gründer 50plus** (2016): „Startseite“. <http://www.gruender50plus.de/>.
- Heister, Peter** (2010): Finanzierung von social entrepreneurship durch venture philanthropy und social venture capital. Wiesbaden: Gabler.
- Jansen, S. A., S. Richter, E. Hahnke, A. K. Achleitner, W. Spiess-Knafl, S. Volk, V. Then, G. Mildener, T. Scheuerle und B. Schmitz** (2010). Eine Definition von Social Entrepreneurship.
- Kania, John und Mark R. Kramer** (2011): „Collective Impact“. Stanford Social Innovation Review 9 (1): 36–41.
- Leadbeater, Charles** (1997): The Rise of the Social Entrepreneur. London: Demos.
- Lee, Min-Dong Paul**. 2008. „A Review of the Theories of Corporate Social Responsibility: Its Evolutionary Path and the Road Ahead“. International Journal of Management Reviews 10 (1): 53–73. doi:10.1111/j.1468-2370.2007.00226.x.
- Lehner, Othmar M.** (2011): „The phenomenon of social enterprise in Austria: A triangulated descriptive study“. Journal of Social Entrepreneurship 2 (1): 53–78.
- Letts, Christine W., William Ryan und Allen Grossman** (1997): „Virtuous capital: What foundations can learn from venture capitalists“. Harvard business review 75: 36–50.
- Loipfinger, Stefan** (2011): Die Spendenmafia: Schmutzige Geschäfte mit unserem Mitleid. München: Knauer TB.
- Matthis, Juliette, Eva Heckl und Regina Senarclens de Grancy** (2014): „A map of social enterprises and their eco-systems in Europe. Country Report: Austria“. European Union.
- Meehan, William F., Derek Kilmer und Maisie O’Flanagan** (2004) „Investing in society“. Stanford Social Innovation Review 1 (4): 34–43.
- Milligan, Katherine und Mirjam Schöning** (2011): „Taking a realistic approach to impact investing: Observations from the World Economic Forum’s Global Agenda Council on Social Innovation“. innovations 6 (3): 155–166.
- Millner, Reinhard und Peter Vandor** (2014): „Neues Unternehmertum: Social Entrepreneurship und die Rolle des Umfelds“. In Forschung zu Zivilgesellschaft, NPOs und Engagement, 283–300. Springer. http://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-658-06177-7_16.
- New Economy** (2016): „Unit Cost Database“. New Economy. Zugegriffen Oktober 28. <http://neweconomymanchester.com/our-work/research-evaluation-cost-benefit-analysis/cost-benefit-analysis/unit-cost-database>.
- O’Donohue, N., C. Leijonhufvud, Y. Saltuk, A. Bugg-Levine und M. Brandenburg** (2010): Impact investments: An emerging asset class: JP Morgan.
- Porter, Michael E., und Mark R. Kramer** (2011): „Creating Shared Value“. Harvard Business Review 89 (1/2): 62–77.
- Rameder, Paul, Reinhard Millner, Clara Moder, Anja Christanell, Peter Vandor und Michael Meyer** (2016): „Der soziale Brutkasten: Wie gesellschaftliche Innovationen besser gelingen“. Zugegriffen November 6. https://www.wu.ac.at/fileadmin/wu/d/cc/npocompetence/Abgeschlossene_Projekte/Der_soziale_Brutkasten_Wie_gesellschaftliche_Innovationen_besser_gelingen_Social_Entrepreneurship_Center_Studienbericht_102016.pdf.

- Roder, Barbara** (2011): Reporting im Social Entrepreneurship: Konzeption einer externen Unternehmensberichterstattung für soziale Unternehmer. Springer-Verlag.
- Ross, Alec** (2016): The Industries of the Future. New York, NY: Simon & Schuster.
- Rüede, Dominik und Kathrin Lurtz** (2012): „Mapping the various meanings of social innovation: Towards a differentiated understanding of an emerging concept“. EBS Business School Research Paper, Nr. 12–03. http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2091039.
- Scheuerle, Thomas, Gunnar Glänzel, Rüdiger Knust und Volker Then** (2013): „Social Entrepreneurship in Deutschland-Potentiale und Wachstumsproblematiken“. Heidelberg: Centrum für Soziale Investitionen und Innovationen.
- Secchi, Davide** (2007): „Utilitarian, Managerial and Relational Theories of Corporate Social Responsibility“. International Journal of Management Reviews 9 (4): 347–73. doi:10.1111/j.1468-2370.2007.00215.x.
- Shiller, Robert J.** (2013): Finance and the good society. Princeton University Press.
- Spiess-Knafl, Wolfgang und Jessica Aschari-Lincoln** (2013): „On the nature of the relationship between venture philanthropy funds and social enterprises“. In 4th EMES Conference on Social Enterprise Research, Liege.
- Spiess-Knafl, Wolfgang** (2012): „Finanzierung von Sozialunternehmen: eine theoretische und empirische Analyse“. München, Technische Universität München, Diss., 2012. <http://d-nb.info/102496406X/34>.
- Spiess-Knafl, Wolfgang und Stephan A. Jansen** (2013): Imperfections in the social investment market and options on how to address them. Ex-Ante Evaluation for the European Commission. Zeppelin University, Germany.
- Spiess-Knafl, Wolfgang, Clemens Mast und Stephan Jansen** (2015): „On the Nature of Social Business Model Innovation“. Social Business 5 (2): 113–30.
- Standard Life Investment** (2016): „Impact Investing. From Niche to Mainstream“.
- Thommen, Jean-Paul und Ann-Kristin Achleitner** (2001): Umfassende Einführung aus managementorientierter Sicht. Gabler. <http://doc1.lbf.li/acb/FLMF038680.pdf>.
- Unterberg, Michael, Daniela Richter, Thorsten Jahnke, Wolfgang Spiess-Knafl, Ralf Sängler und Förster, Nadine** (2015): „Herausforderungen bei der Gründung und Skalierung von Sozialunternehmen. Welche Rahmenbedingungen benötigen Social Entrepreneurs“.
- Value Walk** (2016): „Buy-Side On Impact Investing In A Value Investing World“. Zugegriffen November 6. <http://www.valuwalk.com/2016/11/impact-investing-value-stocks/>.
- Vandor, Peter, Reinhard Millner, Clara Moder, Hanna Schneider und Michael Meyer.** (2015): „Das Potential von Social Business in Österreich“. WU Vienna University of Economics and Business Working Paper. http://www.rat-fte.at/tl_files/uploads/Studien/151105_WU%20Studienbericht%20-%20Das%20Potenzial%20von%20Social%20Business%20in%20Oesterreich%20-%20final.pdf.
- Verband Österreichischer Privatstiftungen** (2016): „Facts & Figures – österreichische Privatstiftungen“. Zugegriffen September 24. <http://www.stiftungsverband.at/pages/facts-figures/die-oesterreichische-privatstiftung.php>.

- Villeneuve-Smith, F.** und Nick Temple (2015): „State of Social Enterprise Survey 2015“. <http://socialenterprise.org.uk/uploads/editor/files/Publications/FINALVERSIONStateofSocialEnterpriseReport2015.pdf>.
- Waddock, Sandra A.** und Samuel B. Graves (1997): „The corporate social performance-financial performance link“. *Strategic management journal*, 303–319.
- Wirtschaftskammer** (2016): „Statistik der Crowd-Investing-Plattformen – Statistik-Crowdinvesting-PF-Juli-2016.pdf“. https://www.wko.at/Content.Node/branchen/oesparte_iuc/Finanzdienstleister/Statistik-Crowdinvesting-PF-Juli-2016.pdf.
- Yunus Social Business** (2015): „Introducing the Social Success Note“. Yunus Social Business. Dezember 8. <http://www.yunusfb.com/blog/social-success-note/>.
- Zahra, Shaker A., Eric Gedajlovic, Donald O. Neubaum und Joel M. Shulman** (2009): „A Typology of Social Entrepreneurs: Motives, Search Processes and Ethical Challenges“. *Journal of Business Venturing* 24 (5): 519–32. doi:10.1016/j.jbusvent.2008.04.007.

AUTHOR

Wolfgang Spiess-Knafl is managing director of the Vienna-based entrepreneurial consulting company Next Generation Impact.

After completing his studies in management engineering at the University of Technology in Vienna in 2007 he worked as a financial analyst in the investment banking division of Morgan Stanley in Frankfurt until 2009.

In 2009 he started working on his doctoral studies at the Chair for Entrepreneurial Finance at the Technische Universität München (TUM) which he completed in 2012. Until 2016 he worked as a post-doctoral research fellow at the Civil Society Center and the Chair for Strategic Organization and Financing at the Zeppelin University in Friedrichshafen (Germany).

He was involved in projects for the European Commission, the German Federal Ministry for Economic Affairs Energy or the King Baudouin Foundation.

INSTITUTIONS

NEOS Lab is the political academy of the liberal grass-roots movement NEOS, and an open laboratory for new politics. The main objective of NEOS Lab is to contribute to enhancing political education in Austria by providing a platform for knowledge exchange and liberal political thinking on the key challenges and pathways of democracies and welfare states in the 21st century. Particular emphasis is placed on the core topics of education, a more entrepreneurial Austria, sustainable welfare systems and democratic innovation. NEOS Lab conceives itself as a participatory interface between politics and society insofar as it mediates between experts with scientific and practical knowledge on diverse policy issues and interested citizens.

A network of experts accompanies and supports the knowledge work of the diverse thematic groups and takes part in the think tank work of NEOS Lab. Additionally, NEOS Lab provides several services, such as political education and training, workshops and conferences and a rich portfolio of inter- and transdisciplinary research at the interface between science, politics, economy and society.

NEOS Lab is the successor of the Liberal Future Forum, which was previously a member of ELF.

lab.neos.eu

The European Liberal Forum (ELF) is the foundation of the European Liberal Democrats, the ALDE Party. A core aspect of its work consists in issuing publications on Liberalism and European public policy issues. ELF also provides a space for the discussion of European politics, and offers training for liberal-minded citizens, to promote active citizenship in all of this.

ELF is made up of a number of European think tanks, political foundations and institutes. The diversity of the membership provides ELF with a wealth of knowledge and is a constant source of innovation. In turn, the member get the opportunity to cooperate on European projects under the ELF umbrella.

The European Liberal Forum works throughout Europe as well as in the EU Neighbourhood countries. The youthful and dynamic nature of ELF allows to be at the forefront in promoting active citizenship, getting the citizen involved with European issues and building an open, Liberal Europe.

www.liberalforum.eu

