

Memorandum der Sylter Runde

Social Entrepreneurship – wer unternimmt etwas für die Gesellschaft?

Einführung in die Thematik

„Social Entrepreneurship – Wer unternimmt etwas für die Gesellschaft?“ mit dieser Thematik beschäftigte sich die siebte Sylter Runde (<http://www.sylter-runde.de>) vom 7. bis 9. Juli 2004, zu der Prof. Dr. Norbert Szyperski zusammen mit dem Unternehmer Norman Rentrop auf die Insel Sylt in das Hotel Vier Jahreszeiten eingeladen hatte. An dem Gesprächskreis nahmen Vertreter von internationalen Social Entrepreneurship Organisationen, Wissenschaftler, Unternehmer, Investoren, Intermediäre und Vertreter von Promotorengruppen teil. Alle Gesprächsteilnehmer hatten sich auf unterschiedlichste Art und Weise mit dem Thema Social Entrepreneurship bereits beschäftigt und persönliche Erfahrungen als bzw. mit Social Entrepreneurs gesammelt.

Ziel des Gesprächskreises war es, in der Runde vertretene Fallbeispiele zu diskutieren, ein gemeinsames Verständnis für den Begriff „Social Entrepreneur“ (SE) zu finden, Handlungsfelder für Social Entrepreneurs zu identifizieren, Maßnahmen hinsichtlich einer Verbesserung der Rahmenbedingungen zu artikulieren sowie konkrete Vorschläge für entsprechende Initiativen in Deutschland zu formulieren.

Fallbeispiele

Die nachfolgenden Fälle wurden vorgetragen und auf ihrer Basis die weiteren Ziele verfolgt:

Aus der Sicht der nun in Deutschland begonnenen Aktivitäten der Ashoka Organisation wurde die von Bill Drayton im Jahre 1980 in Indien gestartete Ashoka Initiative vorgestellt, die als eine weltweite Non-Governmental-Organisation das Ziel verfolgt, Social Entrepreneurs auszuwählen und im Rahmen eines 3-Jahres-Stipendium finanziell und moralisch zu unterstützen. Als Beispiel für einen typischen Ashoka Social Entrepreneur wurde der Unternehmer Rodrigo Baggio vorgestellt, der in den Favelas Brasiliens selbstverwaltete und selbsttragende Computerschulen aufbaute und die Favelas-Bewohner zu IT-Trainern ausbildete. Seit der Gründung der Organisation gibt es 1400 Ashoka Entrepreneurs, die sich in den unterschiedlichsten sozialen Feldern wie Erziehung, Umwelt, Menschenrechte, Gesundheit oder wirtschaftliche Entwicklung engagieren. Neben der

Auswahl von Entrepreneurs kümmert sich die Organisation um die Gemeinschaft Gleichgesinnter, die eine Verbreiterung und den Austausch von Wissen bspw. in Form von Best-Practise-Beispielen zum Thema Social Entrepreneurship fördern soll. Eine weitere wesentliche Aufgabe der Organisation ist die Akquisition von finanziellen und materiellen Ressourcen bei Unternehmen und Privatpersonen, die sich für die Sache einsetzen möchten.

Die Organisation Nala – Partners for Entrepreneurs ist in Kapstadt gegründet und unterstützt unternehmerische Aktivitäten insbesondere von Afrikanerinnen in den Townships Südafrikas aber auch Mainstreet Entrepreneurs. Dies geschieht einerseits durch ein sog. Customer Contact Center, das Arbeitssuchende mit neuen Chancen vertraut macht und das eine Internetplattform für unternehmerische Perspektiven aufgebaut hat. Zusammen mit den Bewohnern der Townships werden Produkte wie z.B. Bilderrahmen, Kissen, Bettdecken oder Kerzen hergestellt und verkauft sowie Township-Tours mit Touristen und interessierten Managern und Unternehmern durchgeführt. Darüber hinaus fördert die Organisation den interkulturellen Dialog zwischen den Einheimischen und Besuchern, Konferenzen und Seminare werden veranstaltet, Austauschprogramme mit internationalen –vor allem auch deutschen Studenten und Praktikanten organisiert, Bücher und Artikel über die Aktivitäten geschrieben und Diplomarbeiten betreut.

Der von dem Unternehmer Norman Rentrop gegründete und finanziell unterstützte Fernsehkanal „Bibel TV“ hat das Ziel, christliche Inhalte ins deutsche Fernsehen zu bringen. Inhalte von „Bibel TV“ sind Bibelverfilmungen, Messen, Dokumentationen, christliche Musik sowie biblische Kinderfilme. Das Projekt wird unterstützt von einem überkonfessionellen gemeinnützigen Gesellschafterkreis, darunter die deutsche Bibelgesellschaft, Campus für Christen, die katholische und die evangelische Kirche sowie einer Vielzahl von privaten Spendern. Über die digitale Satellitenschüssel hat der Sender zur Zeit eine technische Reichweite von 6 Mio. Haushalten, ca. 2 Mio. Zuschauer schauen diesen Spartenkanal. Zahlreiche Zuschauerreaktionen per E-Mail (ca. 500 pro Woche) belegen, dass ein großes gesellschaftliches Interesse an religiösen und biblischen Inhalten besteht.

Der gemeinnützige Verein „Pro Ruhrgebiet“ ist eine Initiative zur regionalen Förderung des Ruhrgebietes. Er engagiert sich für den Strukturwandel und leistet mit seinen Aktivitäten einen bedeutenden Beitrag für den grundlegenden Veränderungsprozess der Region. Diese Bemühungen konzentrieren sich auf Standort- und Image-Aufwertung, die besondere

Unterstützung des Mittelstandes, die Förderung von Kultur und Sport (z.B. des Festivals „Ruhrtriale“), die Initiierung des Dialoges zwischen Wirtschaft, Wissenschaft und Forschung im Rahmen des Projektes I+I=Z (Ingenieure + Informatiker = Zukunft) sowie die Verbesserung der Berufs- und Existenzgründungschancen junger Menschen durch die Initiative Gründer Support Ruhr, bei der ehemalige Manager und Vorstände ehrenamtlich Unternehmensgründungen unterstützen. Darüber hinaus fördert Pro Ruhrgebiet das bürgerschaftliche Engagement und stärkt die Identifikation der Menschen mit ihrer Region. Der Verein finanziert sich zum größten Teil durch Spenden von Unternehmen sowie Privatpersonen. Pro Ruhrgebiet sieht sich als Enabler für konkrete SE-Aktivitäten.

Zum Verständnis von „Social Entrepreneurs“

Im Anschluss an die zahlreichen Fallbeispiele wurde die Frage aufgeworfen, was man unter dem Begriff Social Entrepreneur versteht. In der Diskussion wurden folgende Merkmale erarbeitet. Ein Social Entrepreneur ist eine Unternehmerpersönlichkeit,

- die eine nicht oder bisher nur unzureichend gelöste gesellschaftliche Aufgabe übernimmt,
- die bei der Aufgabenerfüllung keine finanzielle Gewinnerzielung anstrebt, sondern mit der bestmöglichen Erfüllung der selbst gestellten Aufgabe gesellschaftlichen Erfolg anstrebt,
- dessen Wertebezüge auf der Wahrung der Menschenwürde und der demokratischen Rechte begründet sind,
- die für die Aufgabenerfüllung eine geeignete Organisation benötigt, welche eine nachhaltige Entwicklung für die Gesellschaft anstrebt,
- die weitere interessierte Personen zur Mitwirkung motivieren kann und
- die notwendigen finanzielle und materielle Ressourcen anzieht.

Social Entrepreneurs sind Menschen, die sich mit unternehmerischem Engagement innovativ, pragmatisch und langfristig für einen bahnbrechenden gesellschaftlichen Wandel einsetzen. Sie können einer der demokratischen Motoren der Gesellschaft sein. Sie wollen die gesellschaftlichen Strukturen im Sinne der Subsidiarität von unten („bottom-up“) verbessern. Die Aufgabe eines Social Entrepreneurs ist es, gesellschaftliche Engpässe zu erkennen und Durchbrüche zu schaffen. Sie erkennen die Ursachen von Problemen und mögliche Lösungen, sie ändern das System, verbreiten neue Ansätze und spornen die Gesellschaft an, neue Wege zu gehen. So stehen Social Entrepreneurs als wichtige Promotoren neben den bekannten

Promotoren im Wirtschaftsleben, den partizipativen Promotoren und natürlich nicht zuletzt den staatlichen Promotoren.

Handlungsfelder von Social Entrepreneurs

Handlungsfelder von Social Entrepreneurs ergeben sich aus unterschiedlichsten nationalen und internationalen gesellschaftlichen Defiziten und nichtgenutzten Chancen. Überall dort, wo ein gesellschaftlicher oder sozialer Bedarf erkennbar ist, kann ein Social Entrepreneur unternehmerisch aktiv werden und ein Projekt bzw. eine Initiative ins Leben rufen. Mit seinem Engagement und seinen Taten trägt er dazu bei, das Leben von Menschen zu verbessern. Er kämpft u.a. gegen Diskriminierung, Armut oder Rassismus, er kämpft für ein bezahlbares Gesundheitssystem, für kulturell angepasste Bildungsstandards, technologischen und sozialen Fortschritt. Weitere Handlungsfelder für Social Entrepreneurs können in der Kultur wie z.B. die Förderung von Museen, in der wissenschaftlichen Forschungsarbeit, im Naturschutz, in der Fürsorge und sowie in den kommunalen Bereichen (Stichwort: Bürgerstiftungen) sein.

Die Handlungsfelder für Social Entrepreneurs sollten nicht auf bestimmte sozialpolitische Felder eingeeengt werden. Überall dort, wo die etablierten staatlichen, partizipativen und privatwirtschaftlichen Promotoren Handlungsfelder unbearbeitet lassen, ergreifen Social Entrepreneurs die Initiative. Insbesondere Schnittstellenthemen zwischen strukturell und institutionell abgegrenzten Themenfeldern können interessante Social Entrepreneurship Bereiche sein, die besondere Aufmerksamkeit verdienen und zur Vernetzung gesellschaftlicher Teilbereiche führen können.

Promotoren und Förderer von Social Entrepreneurs

Social Entrepreneurs können ohne Unterstützung Dritter ihr gesellschaftliches Engagement nur sehr mühsam in konkreten Projekten realisieren. Es bedarf der materiellen, finanziellen und persönlichen Unterstützung durch Promotoren und Förderer. Materielle Unterstützung kann der Social Entrepreneur u.a. durch die Bereitstellung von Räumen oder Geräten wie Computer oder Fahrzeuge erhalten. Finanzielle Promotoren können gemeinnützige Stiftungen wie z.B. Schwab Foundation for Social Entrepreneurship, Fonds mit der Ausrichtung auf soziale Projekte wie z.B. BonVenture Management GmbH, Banken wie z.B. die Bürgschaftsbank in Bochum oder Privatpersonen wie z.B. Mäzen oder Business Angels mit altruistischer Zielsetzung sein. Auch ein Fundraising durch Lottereeinnahmen ist denkbar.

Darüber hinaus muss es Organisationen geben wie Ashoka oder Nala – Partners for Entrepreneurs e.V., die die Projekte und die Social Entrepreneurs auswählen und finanzielle und materiellen Ressourcen erschließen. Die Organisationen sind zusammen mit den Social Entrepreneurs dafür verantwortlich, dass sich die angestoßenen Projekte nach Ablauf der Förderfristen selber tragen und eigene Erlösquellen erarbeitet werden, so dass weitere externe finanzielle Unterstützung weitgehend überflüssig wird. Es werden meist ehrenamtliche Helfer und Coachs benötigt, so dass existierende Projekte durch persönliches Engagement unterstützt werden.

Forderungen zur Förderung des Themas Social Entrepreneurship

- Dem Thema Social Entrepreneurship ist auch in Deutschland eine stärkere Bedeutung für die gesellschaftliche und sozialpolitische Entwicklung im nationalen sowie im globalen Kontext beizumessen. Es sollten günstigere finanzielle und mediale Rahmenbedingungen für Social Entrepreneurs geschaffen werden, die ihre Arbeit in Initiativen und Projekten erleichtern.
- Zur Verbesserung der finanziellen Situation von Social Entrepreneurs ist einerseits eine stärkere finanzielle private Förderung, andererseits aber auch die Schaffung von geeigneten institutionellen und öffentlichen Förderstrukturen zu fordern. Der Staat sollte weitere steuerliche Anreize für private und institutionelle Spender schaffen (z.B. Ausweitung der jährlich steuerlich zulässigen Zustiftungen).
- Eine größere Aufmerksamkeit in der Öffentlichkeit sowie einer stärkere Beachtung in den Medien wäre wünschenswert und hilfreich. Im Fernsehen sowie in den Printmedien sollte in stärkerem Maße über Social Entrepreneurs berichtet werden und Erfolgsbeispiele über Initiativen und Projekte publiziert werden.
- Interessierte Individuen sollten stärker motiviert werden, ihre SE-Konzepte zur Realisierung zu führen. Die Instrumentarien der Gründungsförderung und -Unterstützung sind auf dieses Feld unternehmerischer Aktivitäten anzupassen.
- Durch Aufklärungskampagnen sind vor allem auch Vertreter der Geistes-, Kultur- und Sozialwissenschaften auf die SE-Chancen als Wege in die Selbstständigkeit aufmerksam zu machen. Dies nicht zuletzt auch deswegen, weil im gemeinnützigen bzw. non-profit-Bereich die höchsten prozentualen Zuwachsraten an Beschäftigten zu verzeichnen sind.
- Die wissenschaftliche Durchdringung des Themas SE sollte im internationalen Kontext in Deutschland aufgearbeitet werden.

Konkrete Vorschläge für Initiativen

Die Sylter Runde hat folgende konkrete Vorschläge zur Förderung von Social Entrepreneurship erarbeitet, die in naher Zukunft durch die Gesprächsteilnehmer umgesetzt werden sollen:

- Identifizierung von geeigneten Promotoren zur Förderung und zum Sponsoring von Fellows, die sich für das Thema Social Entrepreneurship einsetzen wollen.
- Förderung der wissenschaftlichen Begleitforschung: Erstellung einer Grundsatzstudie zum Thema Social Entrepreneurship mit dem Ziel der Verbreiterung des Themas insbesondere in der deutschsprachigen Wissenschaft und Forschung.
- Gründung einer virtuellen wissenschaftlichen Institution für Social Entrepreneurship mit dem Sitz auf der Insel Sylt verbunden mit vier- bis sechswöchigen internationalen Workshops zu ausgewählten Themen.
- Virtueller Aktionskreis unter den Teilnehmern des Gesprächskreises und Promotion einer Social Entrepreneurship Community.
- Kooperationen mit Hochschulen mit dem Ziel der Einbindung des Themas Social Entrepreneurship in die wissenschaftliche Forschung und Lehre (in Kooperationen mit dem Förderkreis Gründungsforschung FGF).
- Aufzeigen von Benchmarking-Ansätzen und Best-Practise-Beispielen im internationalen Kontext.
- Konkrete ideelle finanzielle und materielle Unterstützung bereits etablierter Social Entrepreneurship Organisationen wie Ashoka Deutschland und Nala- Partner for Entrepreneurs e.V. insbesondere durch Kontakthanbahnung zu interessierten Personen und Institutionen, die sich für die Sache finanziell sowie persönlich engagieren wollen.

Sylt, im Juli 2004

Konstanze Frischen, Frankfurt

Elke Geising, Cape Town, South Africa

Ute Günter, Essen

Eckart Helfferich, Mainz

Claas Kauenhowen, Kiel

Roland Kirchhof, Essen

Roland Kischkel, Dortmund

Harald von Kortzfleisch, Köln

Thomas Raueiser, Köln

Norman Rentrop, Bonn

Norbert Szyperski, Köln/Westerland

Dieses Memorandum wird auch von folgenden Personen unterstützt:

Markus Strauch, Freiburg

Frank P. Schmitz, Berlin

Uwe V. Lobeck, Dresden

Lambert T. Koch, Wuppertal

Hans-Georg Torkel, Mülheim a. d. Ruhr

Stand: 16.11.2009