

SOCIAL ENTREPRENEURSHIP

Missionarischer Eifer mit mäßigem Effekt

VON ARMIN SCHNEIDER



Prof. Dr. Armin Schneider lehrt und forscht an der Hochschule Koblenz zu Themen des sozialen und nachhaltigen Managements. Er nimmt zudem Lehraufträge an der Hogeschool Zuyd in Maastricht und am Campus Institut Oberhaching wahr.
schneider@hs-koblenz.de

Die internationale Debatte um ein neues Sozialunternehmertum wird gefördert durch Stiftungen und Mittlerorganisationen und erregt dadurch die Aufmerksamkeit auch der Politik. Die tatsächliche Bedeutung dieses Phänomens wurde nun erstmals umfassend für Deutschland untersucht und in einer Veröffentlichung dargestellt.

Aus dem von der Stiftung Mercator geförderten Forschungsverbund »Innovatives Soziales Handeln – Social Entrepreneurship« ist das in der Reihe »Wirtschafts- und Sozialpolitik« erschienene Buch mit dem verheißungsvollen Titel »Mission Wohlfahrtsmarkt« entstanden. Die drei Autoren sind allesamt Professoren: Stephan Grohs (Universität Konstanz), Katrin Schneiders (Hochschule Koblenz) und Rolf G. Heinze (Ruhr-Universität Bochum); mitgearbeitet an dem Buch haben die beiden wissenschaftlichen Mitarbeiterinnen am Lehrstuhl von Rolf G. Heinze, Anna-Lena Schönauer M.A. und Dr. Claudia Ruddat.

Die Verfasser legen hiermit ein umfassendes und systematisches Werk vor, das der »Mission«, die hinter dem vielfach forcierten »Social Entrepreneurship«, steht, auf den Grund geht. Schon in der Einleitung des Bandes wird deutlich, wie unscharf der Begriff des Social Entrepreneurships ist und dass damit noch lange nicht der »Stein des Weisen« gefunden wurde, um wichtige gesellschaftliche Innovationen voranzutreiben. Vielmehr zeigen die Autoren sowohl theoretisch als auch aus ihren eigenen empirischen Studien auf, welche Funktion Social Entrepreneurships im Kontext des deutschen Wohlfahrtsmarktes haben, der gerade im Feld des demographischen Wandels vor neuen Herausforderungen steht, die eine neue Balance zwischen Staat, Markt und Bürgerschaftlichem Engagement verlangen.

Ausgehend von Begrifflichkeiten und den historisch gewachsenen Strukturen

der Wohlfahrtslandschaft in Deutschland mit ihren institutionellen Grundlagen geht das Werk exemplarisch neuen Akteuren nach und zeigt Strukturen einer alternativen Wohlfahrtsproduktion in zwei als zukunftssträchtig gesehenen Bereichen auf: Förderung von Kindern mit Migrationshintergrund und kultursensible Altenhilfe. Schließlich wird der Diskurs über die von den Entrepreneuren für sich beanspruchte »Innovation« aufgenommen. Das Buch schließt mit der Einordnung und dem Ausblick der gewonnenen Erkenntnisse mit Perspektive auf sich wandelnde Rollen bisheriger Akteure, vornehmlich die Wohlfahrtsverbände.

In Deutschland fehlen zwei Faktoren für Social Entrepreneurship

Für die Einordnung in den deutschen Kontext werden für als hybrid gekennzeichneten Sozial Entrepreneurs Heuristiken zur deren Analyse angeboten: Unterschieden wird zwischen marktlichen und sozialen Produktionsbedingungen sowie sozialen und marktlichen Produkten (S. 33), wobei auch diese Begrifflichkeiten alles andere als trennscharf sind; zum anderen werden die Dimensionen Innovationsgrad (zwischen den Polen Innovator und Inkrementalist), Impuls (Entrepreneur vs. Intrapreneur), Vernetzung (Einzelkämpfer vs. Vernetzungsstrategie) und Steuerung (Manager vs. Bürokrat) zur Unterscheidung vorgestellt.

Im Rahmen unterschiedlicher gesellschaftlicher Kontexte in europäischen Staaten und den USA werden zwar ähnliche Entwicklungen in Bezug auf die Verbreitung gewerblicher Anbieter gesehen, aber unterschiedliche Gelegenheitsstrukturen für Social Entrepreneurs aufgespürt. Während diese in den angelsächsischen Ländern eine notwendige Ergänzung seien, fehlten in Deutschland vor allem zwei Elemente zu deren weiten Verbreitung: Die philanthropische Kultur privater Mäzene und die Gründungskultur (S. 61). Trotz aller Kritik und möglicher Verschiebungen in der deutschen Verbändewohlfahrt, sei diese in vielen Bereichen ohne wirkliche Alternative. Die Frage stellen die Autoren auch nach den strukturellen Folgen, ob und wie Social Entrepreneurs beispielsweise Themen der Chancengleichheit lösen könnten oder wollten.

Für den empirischen Teil des Buches wurden mittels Fragebogen 1.605 Schulen und 155 Altenhilfeeinrichtungen befragt, zusätzlich wurden qualitative Interviews geführt. Darauf aufbauend werden die Felder »Förderung von Kindern mit Migrationshintergrund« und »kultursensible Altenhilfe und Altenpflege« analysiert.

Gerade im Ganztagsbereich erfolgt vor allem in Grundschulen eine Förderung von Kindern mit Migrationshintergrund, wobei die Kooperation der Systeme Schule sowie Kinder- und Jugendhilfe als schwierig einzustufen ist. Diese innovativen Projekte werden jedoch auch von etablierten Trägern angeboten. Im Feld der Altenhilfe sind ältere Frauen mit Migrationshintergrund mehr als fünffach gegenüber älteren Männern ohne Migrationshintergrund von Armut gefährdet. Auch in diesem Feld gehen Innovationen von Intrapreneuren, also von etablierten Trägern, aus.

In einer vergleichenden Analyse der Handlungsfelder wird auf die Bedeutung von Vernetzung und Kooperation hingewiesen, ohne die wirkliche Innovationen nicht denkbar sind. Eine unternehmerische Handlungsorientierung wird vielfach auch von den Social Entrepreneurs selbst nicht als evident gesehen. Gerade bei innovativen Projekten im Altenhilfebereich sind die finanziellen Mittel aus dem öffentlichen Bereich und aus den Mitteln Dritter höher als bei traditionellen Projekten.

Als konstitutiv für eine Innovation wird der gesellschaftliche Nutzen definiert, als Kriterien für Soziale Innovationen nennen die Autoren: neue Lösungen, gezielte neue Konfigurationen sozialer

Praktiken und Arrangements, die Beteiligung heterogener Akteursgruppen, Kooperations- und Vernetzungserfahrungen, Reflexivität und Interdisziplinarität, die Ausrichtung auf den gesellschaftlichen Nutzen und die Aktivierung neuer Beschäftigungsfelder (S. 153 f.).

Vor diesem (hohen) Anspruch der Innovation wird eine solche Innovation bei sozialen Dienstleistungen im Alter und bei vernetzten Wohnmöglichkeiten im Alter nur schwierig nachzuvollziehen sein. Modellprojekte können kaum in einen Regelbetrieb überführt werden, eine arbeitsmarktpolitische Relevanz im Sinne von Beschäftigungsverhältnissen wird ebenfalls kaum ausgemacht. »Die Lücken in der Wohlfahrtslandschaft sind nicht groß genug, um ausreichende Profilierungsmöglichkeiten für Einzelpersonlichkeiten zu bieten. Kontrastiert man dieses ernüchternde Bild mit der diskursiven Prominenz von Social Entrepreneurship, ist fraglich, ob sich ein neuer »Gegendiskurs« tatsächlich verfestigen wird.« (180) Dennoch sehen Grohs, Schneiders und Heinze es als Verdienst der Social-Entrepreneur-Debatte an, verfestigte Strukturen auf die Notwendigkeit von Innovationen im Bereich von Praktiken und Angeboten hinzuweisen.

Die Zeit unreflektierter Ökonomisierung ist vorbei

Angesichts neuer Umformungen des Wohlfahrtsstaates und unklarer Grenzen zwischen Staat, Markt und Gemeinschaft sei u. a. zu beobachten, dass sich neue Initiativen vor allem auf Kinder und Jugendliche und weniger auf verfestigte Probleme wie Wohnungslosenhilfe einließen, auch sei die Gefahr bei der Propagierung bürgerschaftlichen Engagements stets gegeben, dass dieses als Lückenbüßer für Sparstrategien herhalten müsse. Wesentliches Merkmal der sozialen Dienstleistungsproduktion in Deutschland ist die folgende Erkenntnis: »Soziale Dienste entwickeln sich stets in dem Maße, in dem die ihnen zugrunde liegenden Bedarfslagen sozialstaatlich »anerkannt«, »verrechtlicht« und infolgedessen auch refinanziert sind.« (S. 187)

Nach einer unreflektierten Ökonomisierung sei es Zeit für eine neue Balance zwischen Staat, Markt und Gemeinschaft, wobei die Social Entrepreneurs in diesem Kontext weniger die so oft propagierten Motoren eines umfassenden Strukturwandels sind, sondern eher »klei-

ne feine Unterschiede« setzen können. In Bezug auf Veränderungen im Wohlfahrts-korporatismus bilanzieren die Autoren: »Social Entrepreneure können [...] die Funktion »heimlicher Agenten« des sozialen Wandels einnehmen und dazu beitragen die traditionellen Verbandsstrukturen zu modernisieren.« (S. 201)

In Abgrenzung zu vielen anderen der derzeit auf dem Markt befindlichen Werke zum Phänomen des Social Entrepreneurship, die Teildimensionen meist deskriptiv betrachten oder definieren (Slottke 2013: Social Entrepreneurship als multidimensionales Phänomen; Jansen, Heinze, Beckmann 2013: Sozialunternehmen in Deutschland und Brinkmann 2014: Sozialunternehmertum) ist es den Autoren gelungen, dieses Phänomen sowohl theoretisch als auch empirisch in den Kontext der deutschen Wohlfahrtsproduktion zu stellen. Die proklamierte und oft mit missionarischem Eifer vorgetragene Innovationsrhetorik wird nüchtern mit empirischen Erkenntnissen geerdet.

Fazit: Alles in allem ein grundlegendes Werk zur kritischen Auseinandersetzung mit Innovationen und Social Entrepreneurship, das sehr sachlich und nüchtern daherkommt und dennoch eine hohe Sprengkraft entfaltet und zu dem »aus einem Guss« ist. ■



Rolf G. Heinze, Stephan Grohs, Katrin Schneiders, unter Mitarbeit von Anna-Lenna Schönauer und Claudia Ruddat: Mission Wohlfahrtsmarkt. Institutionelle Rahmenbedingungen, Strukturen und Verbreitung von Social Entrepreneurship in Deutschland. Nomos Verlagsgesellschaft, Baden-Baden 2014. 220 Seite. 39.– Euro. ISBN 9783832978747.