

Julia Wetzel

# Bewertungskriterien für Social Enterprises

**Entscheidungsgrundlage für Investoren –  
Voraussetzungen für die nachhaltige  
Gestaltung einer sozial innovativen Wirtschaft**

**WISSENSCHAFTLICHE BEITRÄGE  
AUS DEM TECTUM VERLAG**

Reihe Wirtschaftswissenschaften



# WISSENSCHAFTLICHE BEITRÄGE AUS DEM TECTUM VERLAG

## Reihe Wirtschaftswissenschaften

Band 87

Julia Wetzel

### Bewertungskriterien von Social Enterprises als Entscheidungsgrundlage für Investoren

Voraussetzungen für die nachhaltige Gestaltung einer  
sozial innovativen Wirtschaft

Tectum Verlag

Julia Wetzel

Bewertungskriterien von Social Enterprises als Entscheidungsgrundlage  
für Investoren. Voraussetzungen für die nachhaltige Gestaltung einer  
sozial innovativen Wirtschaft

Wissenschaftliche Beiträge aus dem Tectum Verlag:  
Reihe: Wirtschaftswissenschaften; Bd. 87

© Tectum – ein Verlag in der Nomos Verlagsgesellschaft, Baden-Baden 2018  
E-Book: 978-3-8288-7091-8

(Dieser Titel ist zugleich als gedrucktes Werk unter der ISBN  
978-3-8288-4179-6 im Tectum Verlag erschienen.)

ISSN: 1861-8073

Alle Rechte vorbehalten

Besuchen Sie uns im Internet  
[www.tectum-verlag.de](http://www.tectum-verlag.de)

#### **Bibliografische Informationen der Deutschen Nationalbibliothek**

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der  
Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Angaben sind  
im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

# Vorwort

„Bei dem Versuch, die Ökonomie neu zu denken, geht es nicht darum, die richtige Ökonomie zu finden (denn die gibt es nicht), es geht vielmehr darum, jene Form zu wählen oder zu erschaffen, die am besten unseren Zwecken nützt – die den Zusammenhang widerspiegelt, in dem wir uns befinden, die Werte, die wir vertreten, und die Ziele, die wir verfolgen. Da sich die Zusammenhänge, die Werte und die Ziele der Menschheit kontinuierlich ändern, sollte dies auch für unsere Sicht der Ökonomie gelten.“  
(Kate Raworth, *Die Donut-Ökonomie 2018*)

Seit geraumer Zeit hat sich ein neues Konzept etabliert, das sich unter dem Begriff „Social Entrepreneurship“ zusammenfassen lässt. Zunächst eher kritisch als eine weitere kurzfristige Modeerscheinung hinterfragt, ist dieses Feld mittlerweile Gegenstand ernsthafter wirtschafts- und sozialpolitischer Diskussionen sowie wissenschaftlicher Fundierung geworden.

Anhänger der Idee verweisen darauf, dass jeder Euro, der in Projekte von Social Enterprises investiert wird, einen vielfachen Nutzen generiert. Gelegentlich wird der Zweck dieser Form von Unternehmertum kurz und bündig mit der Aufforderung umschrieben: Tue Gutes und erziele eine Rendite. Doch was ist mit diesen Allgemeinplätzen in Bezug auf Social Entrepreneurship konkret gemeint?

Kritiker betonen zu Recht, dass sich in Wissenschaft und Politik bisher keine einheitliche und widerspruchsfreie Definition des Begriffs durchgesetzt hat. Es gilt, eine gute Idee nicht sozialräumerisch zu entwerten. Denn Bestand hat nur, was mindestens kostendeckend arbeitet. Zudem erwarten mögliche Investoren eventuell auch eine Rendite. Es gilt daher für die Betriebswissenschaft, Bewertungskriterien zu entwickeln, die es staatlichen und privaten Investoren ermöglicht, Prognoseentscheidungen und Bilanzbewertungen vorzunehmen. Es muss eine effiziente Wirkungsmessung zur Verfügung stehen. Wenn zu viele „nicht ökonomische“ Akzente die inhaltliche Ausgestaltung und Zielsetzung von Social Entrepreneurship prägen, wird dieser Ansatz sein Potenzial nicht entfalten können.

Die wissenschaftliche Auseinandersetzung mit Social Enterprises sollte und kann dazu beitragen, begriffliche Konkretisierungen vorzunehmen und Rahmenbedingungen zur Überwindung des traditionell angenommenen Zielkonfliktes zwischen Social und Financial Impact zu formulieren. Es gilt dabei zu analysieren, ob und inwieweit die dem traditionellen Unternehmertum zugrundeliegenden Methoden auf Social Enterprises übertragen werden können oder angepasst werden müssen. Die vorliegende Bachelorarbeit widmet sich diesen wesentlichen Fragestellungen und leistet mit den hergeleiteten Antworten für alle an dem Thema Social Entrepreneurship Interessierten in Wissenschaft, Politik und Praxis einen wichtigen Beitrag.

Prof. Dr. Christoph Zacharias  
Hochschule Bonn-Rhein-Sieg  
Institut für Soziale Innovationen

Frühjahr 2018

# Inhaltsverzeichnis

<b>Abkürzungsverzeichnis .....</b>	<b>IX</b>
<b>1 Einleitung .....</b>	<b>1</b>
1.1 Gegenstand der Arbeit .....	1
1.2 Ziel der Arbeit .....	4
1.3 Vorgehensweise .....	4
<b>2. Theoretische Grundlagen von Social Entrepreneurship .....</b>	<b>7</b>
2.1 Historische Vorläufer und moderne Ausprägung des Begriffs „Social Entrepreneurship“ .....	7
2.2 Begriffsbestimmungen: Social Entrepreneur – Social Entrepreneurship .....	10
2.2.1 Bestimmung der Begriffe anhand der Wortbestandteile .....	10
2.2.2 Die wesentlichen Social-Entrepreneur-Definitionen .....	17
2.2.3 Definitionen staatlicher Institutionen .....	24
2.3 Zwischenfazit .....	26
2.4 Soziale, kulturelle, rechtliche und wirtschaftliche Rahmenbedingungen für Social Entrepreneurship in Deutschland .....	28
2.4.1 Die soziale Marktwirtschaft .....	28
2.4.2 Fehlende Kultur des Scheiterns, der Anerkennung, des Gründens .....	29
2.4.3 Rechtliche Rahmenbedingungen .....	30
2.4.4 Grundlagen der Finanzierungsmöglichkeiten .....	31
<b>3. Grundzüge betriebswirtschaftlicher Zielsysteme und ihre Anwendbarkeit auf Social Entrepreneurs .....</b>	<b>33</b>
3.1 Ziele und Zielsysteme .....	33

3.2 Konkretisierung der Zieldimensionen .....	34
3.2.1 Zielinhalt .....	34
3.2.2 Zielausmaß .....	36
3.2.3 Zeitlicher Bezugsrahmen von Zielen .....	36
3.3 Zielsysteme von Social Entrepreneurs .....	36
3.3.1 Das Social Impact-Ziel des Social Entrepreneurs .....	38
3.3.2 Das finanzwirtschaftliche Ziel des Social Entrepreneurs .....	42
3.4 Zielbeziehungen .....	46
3.5 Social Entrepreneurs zwischen Konflikt und Komplementarität .....	47
<b>4. Wirkungsmessung von Social Entrepreneurship/Entrepreneurs .....</b>	<b>53</b>
4.1 Einordnung der Wirkungsmessung in den Kontext von Social Entrepreneurship und Social Impact .....	53
4.2 Notwendigkeit einer Wirkungsmessung .....	54
4.3 Social Return on Investment (SROI) .....	58
4.4 iooi-Methode der Bertelsmann-Stiftung .....	59
4.5 Europäische Kommission (GECES) .....	61
4.6 Kritische Reflexion und Praxistauglichkeit einer monetären Bewertung von Social Impact .....	63
<b>5. Praxisbeispiel <i>apeiros</i> .....</b>	<b>67</b>
5.1 Darstellung des Social Enterprise <i>apeiros</i> .....	68
5.2 <i>Apeiros</i> im Lichte des Wirkungskreislaufes (SRI) .....	68
5.3 <i>Apeiros</i> als Beispiel für die generellen Implikationen auf Investoren .....	73
5.3.1 Bedeutung der immateriellen Ressourcen von Stefan Schwall .....	73
5.3.2 Zielgruppenfokussierung .....	75
5.3.3 Überwindung des vermeintlichen Zielkonfliktes .....	77
<b>6. Zusammenfassung und Fazit .....</b>	<b>79</b>
<b>Literaturverzeichnis .....</b>	<b>83</b>

# Abkürzungsverzeichnis

a.a.O.	am angegebenen Ort
Abs.	Absatz
AG	Aktiengesellschaft
AO	Abgabenordnung
Art.	Artikel
betr.	betreffend
BGB	Bürgerliches Gesetzbuch
BMAS	Bundesministerium für Arbeit und Soziales
BMWi	Bundesministerium für Wirtschaft und Energie
CSR	Corporate Social Responsibility
et al.	et alia (und andere)
e. V.	eingetragener Verein
FAQ	Frequently Asked Questions
gAG	gemeinnützige Aktiengesellschaft
GECES	European Commission Expert Group on Social Entrepreneurship
GmbH	Gesellschaft mit beschränkter Haftung
Hrsg.	Herausgeber
Inc.	Incorporated
iooi	input-output-outcome-impact
MBV	Market-Based-View
no.	number
npoR	Zeitschrift für das Recht der Non Profit Organisationen
NPO	Non Profit Organisation
NRW	Nordrhein-Westfalen
OECD	Organization for Economic Co-operation and Development
RBV	Resource-Based-View
REDF	Robert Enterprise Development Fund
ROI	Return on Investment
s.	siehe
SGB	Sozialgesetzbuch
SROI	Social Return on Investment
SRS	Social Reporting Standard
u.	und

Vgl.	Vergleiche
vol.	volume
WeQ	We-Quality (Wir-Qualitäten)
z. B.	zum Beispiel