

Social Business: Soziale Entrepreneurure am Markt



Social Business & Soziale Entrepreneur:ne: neue Perspektiven am österreichischen Markt

Nicole Krejci, B.A. B.A. (FH Campus Wien)
Mag. Peter Stepanek (praxiserfolg OG)

Kriterien Social Business & Soziale Entrepreneurure

Social Business – viele verschiedene Definitionen

- soziale Mission
- Marktorientierung
- innovativer Charakter
- ergänzend hierzu: Erkennen & Nutzen unternehmerischer Gelegenheiten



Muhammad Yunus

Social Entrepreneur

- „Social entrepreneurs are **individuals** who approach a **social problem** with **entrepreneurial spirit and business acumen**“ (Barendsen/Gardner 2004).
- Unternehmer/in,
 - der/die eine nicht oder bisher nur **unzureichend gelöste gesellschaftliche bzw. ökologische Herausforderung** zu bewältigen sucht,
 - für den/die die finanzielle Gewinnerzielung nicht die Hauptmotivation darstellt. Ziel ist vielmehr die Maximierung des **gesellschaftlichen Nutzens** (Social Impact)“ (Trigos).

Abgrenzung Nonprofit / Profit & CSR

Soziale Rendite

Finanzielle Rendite



Nonprofit-

Organisationen:

- soziale Mission
- Kostendeckung
- überwiegend Spenden und Subventionen

Social Business:

- soziale Mission Teil des Geschäftsmodells
- limitierte Gewinnausschüttung
- hybride Finanzierungsformen

Sozialverantwortliche Unternehmen:

- Gewinnmaximierung
- soziales Engagement (CSR-Strategie) und gelebte soziale Verantwortung

(For)Profit-Organisationen:

- Gewinnmaximierung
- Marktanteile

(in Anlehnung an Frischen/Lawaldt 2008; Volkmann/Tokarski/Ernst 2012)

Die soziale Mission (sozial & ökologisch)

- Soziale Mission ist Grundlage des Geschäftsmodells und stellt Kerngeschäft dar
- Soziale Mission bezieht sich auf
 - Social Change
 - Social Impact (auf Ebene der Zielgruppe oder auf Ebene der Gesellschaft)
 - Soziale Innovation

Beispiele:



Finanzierungsmix

- Finanzierungsquellen

- Eigenkapital
- Echte Markteinkünfte (Umsätze zu Marktpreisen mit Produkten, Dienstleistungen)
- Marktähnliche Einkünfte (Leistungsverträge von Kommunen, Ländern, Bund)
- Mitgliederbeiträge
- Spenden (Geld- und Sachspenden)
- Sponsoring
- Echte Subventionen
- *Ehrenamtliche MitarbeiterInnen*
- *Pro Bono-Leistungen*

Beispiele:



- Kriterien in Österreich:

- mind. 50% Markteinkünfte (Trigos)
- mind. 50% Markteinkünfte und/oder marktähnliche Einkünfte (Vandor et al. 2015)



Möglichkeit limitierter Gewinnausschüttung

- Gewinnausschüttung ist abhängig von der Rechtsform
 - Verein: Gewinnausschüttung nicht möglich, Querfinanzierung anderer Vereinsbereiche zulässig
 - gGmbH (gemeinnützige GmbH): Gewinne dürfen nicht an EigentümerInnen ausgeschüttet werden, müssen dem gemeinnützigen Zweck zugeführt werden
 - GmbH: umstritten, ob eine geringe bzw. limitierte Gewinnausschüttung an GesellschafterInnen erlaubt ist
 - Einzelunternehmen/Personengesellschaft: limitierte Gewinnausschüttung in Form eines UnternehmerInnenlohns notwendig

Innovation & Geschäftsmodelle

- sich einem sozialen oder ökologischen Problem auf unternehmerische Weise zu widmen
 - Was ist innovativ aus Sicht eines Unternehmens? z.B. :
 - Beschäftigung benachteiligter Zielgruppen
 - Erweiterung der Personalressourcen durch Einbeziehen von Ehrenamtlichen
 - innovative Dienstleistungen oder innovative Methoden
 - wirtschaftlich wenig lukrative KundInnengruppen ansprechen
 - neue Formen der Distribution
 - neue Formen der Unternehmensorganisation
 - Recycling, Upcycling und Wiederverwertung
 - gesellschaftliche Veränderungen ermöglichen/anstoßen
- Soziale Geschäftsmodelle

Ökosystem: AkteurInnen & UnterstützerInnen

(Auswahl)

- Ashoka
- AWS
- Bundesdachverband für Soziale Unternehmen
- Erste Stiftung
- Essl Social Prize
- FH Campus Wien, FH St. Pölten, Wirtschaftsuniversität Wien ...
- Gründerservice und Wirtschaftskammer
- Impact Hub
- Pioneers of Change
- RespAct
- SozialMarie
- Sozialwirtschaft Österreich
- Trigos
- Wirtschaftsagentur Wien

Quellenverzeichnis

Barendsen, Lynn/Gardner, Howard (2004): Is the social entrepreneur a new type of leader? In: Leader to Leader 34, 43-50.

Frischen, Konstanze/Lawaldt, Angela (2008): Social Entrepreneurship. Theorie und Praxis des Sozialunternehmertums. In: Stiftung & Sponsoring 6, 1-19.

Trigos (s.a.a): Frequently Asked Questions. <http://www.trigos.at/trigos/ihreeinreichung/faq> [Zugriff am 01. März 2017]

Trigos (s.a.b): Teilnahmebedingungen 2017. <http://www.trigos.at/trigos/ihreeinreichung/teilnahmebedingungen> [Zugriff am 01. März 2017]

Vandor, Peter/Millner, Reinhard/Moder, Clara/Schneider, Hanna/Meyer, Michael (2015): Das Potential von Social Business in Österreich. http://epub.wu.ac.at/4683/1/WU_Studienbericht_-_Das_Potenzial_von_Social_Business_final_20151211.pdf [Zugriff am 01. März 2017]

Volkmann, Christine K./Tokarski, Kim Oliver/Ernst, Kati (2012): Background, Characteristics and Context of Social Entrepreneurship. In: Volkmann, Christine K./Tokarski, Kim Oliver/Ernst, Kati (eds.): Social Entrepreneurship and Social Business. An Introduction and Discussion with Case Studies. Wiesbaden: Gabler Springer Verlag, 3-30.

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

