

Eva Befeldt

Social Entrepreneurship

Sozialunternehmertum in einer sich im Wandel befindenden
Marktwirtschaft

OPTIMUS

Bibliografische Information der Deutschen Bibliothek

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.ddb.de> abrufbar.

Befeldt, Eva

Social Entrepreneurship. Sozialunternehmertum in einer sich im Wandel befindenden Marktwirtschaft
ISBN 978-3-86376-147-9

Als Bachelorthesis an der Hochschule Bremen,
Fachbereich Wirtschaftswissenschaften angenommen.
Erstprüferin: Prof. Dr. Berninghausen
Zweitprüferin: Prof. Dr. Schrooten

Alle Rechte vorbehalten

1. Auflage 2015

© Optimus Verlag, Göttingen

© Coverfoto: FotolEdhar - Fotolia.com

URL: www.optimus-verlag.de

Printed in Germany

Papier ist FSC zertifiziert (holzfrei, chlofrei und säurefrei,
sowie alterungsbeständig nach ANSI 3948 und ISO 9706)

Das Werk, einschließlich aller seiner Teile, ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes in Deutschland ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig und strafbar. Dies gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Danksagung

Bei der Entstehung dieser Arbeit half mir die Sonne, die immer fleißig schien und die ich nach Feierabend am Werdersee genießen konnte.

Ein großes Dankeschön gilt der Geduld meiner Freundinnen und Freunde, Familie und Fremden, denen ich von meiner Idee berichtete, die sich oft kleine Details von mir erzählen ließen und diese mit mir diskutierten.

Der Austausch mit meiner Familie, insbesondere mit meinen Geschwistern Maria und Christian und meinen Eltern Sabine und Peter, lenkte mich oft auf neue Pfade. Danke dafür und für Eure Hilfe bei der Korrektur. Esma begleitete mich fast täglich während der Schreibphase und wir schafften es, uns gegenseitig zu motivieren. Die gemeinsame Zeit hat viel Spaß gemacht, danke. Maren, vielen Dank für Deine tolle Einstiegshilfe, kompetente Beratung und Korrektur. Flo, danke für den letzten Feinschliff bei der Titelfindung, Ken ein großes Dankeschön für die grafische Unterstützung beim ersten Coverentwurf und Israel, danke für die Motivation auf den letzten Metern zur Veröffentlichung.

Für die Inspiration durch seine Bücher, über die ich zum ersten Mal auf dieses Thema stieß, danke ich Mohammed Yunus und auch dem Netzwerk Make-Sense, durch das ich auf der (Nicht-) Konferenz SenseCamp in Berlin 2014 mit vielen Gleichgesinnten zusammentreffen und viel von ihnen lernen durfte.

Meinen Dozentinnen und Prüferinnen Prof. Dr. Mechthild Schrooten und Prof. Dr. Jutta Berninghausen möchte dafür Danke sagen, dass sie mich jahrelang durchs Studium begleiteten und mir sowohl bei der Themenwahl als auch bei der Ausarbeitung meiner Abschlussarbeit volles Vertrauen schenkten.

Ohne all diese Menschen wäre es nicht zu dieser Veröffentlichung gekommen.
DANKE

Vorwort

Social Entrepreneurship ist ein aktuelles und interessantes Thema. Verteilungsfragen sind nicht erst seit der Studie von Thomas Piketty zentral. Soziale Probleme sind allgegenwärtig. Unternehmerische Renditen auch. Die Idee, soziale Probleme in den Mittelpunkt des unternehmerischen Handelns zu stellen und damit auf Social Entrepreneurship zu setzen, ist nicht neu – aber hochaktuell. Denn jetzt, in dieser Zeit der leichten Vernetzung, ist es möglich, einiges zu bewegen.

Eva Befeldt hat in ihrer Studie über Begriffsabgrenzungen und Definitionen Klarheiten in einem Feld geschaffen, in dem es oftmals Verwirrung gibt. Sie hat damit einen Referenzrahmen für all diejenigen geschaffen, die sich mit den Unterschieden zwischen Corporate Social Responsibility, (sozialer) Marktwirtschaft und eben dem Social Entrepreneurship auseinandersetzen wollen. Dabei wurde klar herausgearbeitet, dass es bislang keine adäquate Rechtsform für solche Unternehmen gibt, die sich nicht zur klaren Renditeorientierung bekennen. Das auf Gemeinwohl gerichtete Unternehmensziel wird durch die rechtlichen Rahmenbedingungen nur begrenzt, nicht unterstützt. Dabei haben derzeit solche Firmen Konjunktur, die nicht nur ein sinnvolles Produkt, sondern auch einen nachvollziehbaren Produktionsprozess anbieten können. Genossenschaften haben derzeit einen großen Zulauf. Allerdings sind diese nicht dezidiert renditeorientiert arbeitenden Marktsegmente immer noch verhältnismäßig klein.

Klar wird daher herausgearbeitet, dass auch im 21. Jahrhundert Unternehmen in erster Linie renditeorientiert entscheiden. Die Gemeinwohlorientierung ist in der Regel nachrangig und lässt sich auch nicht so klar greifen, wie Gewinnkennzahlen. Dabei ist der Grundgedanke des Social Entrepreneurships einfach – es geht darum, brennende Probleme zu lösen. Problemerkennung, Entwicklung von Lösungen und Strategien für eine erfolgreiche Umsetzung sind Kernkompetenzen, die in einem wirtschaftswissenschaftlichen Studium vermittelt werden.

Die vorliegende Studie zeigt nicht nur die Funktionsweise und Stärken von Social Entrepreneurship auf. Sie weist auch auf die Grenzen hin. Die Autorin hat diese Arbeit als Bachelor-Thesis im Internationalen Studiengang Global Management (ISGM; B.A.) an der Hochschule Bremen angefertigt. Die Auswahl des Themas, die Herangehensweise, die bewusst „gegenderte“ Sprache

lassen erkennen, dass hier mit großem Engagement und Sachverstand an einen komplexen Sachverhalt herangegangen wurde.

Es hat Freude gemacht, die Arbeit zu lesen und mit zu betreuen.

Prof. Dr. Mechthild Schrooten

Hochschule Bremen

*Studiengangsleiterin des Internationalen Studiengangs Global Management
(ISGM; B.A.)*

Inhaltsverzeichnis

Danksagung	I
Vorwort	III
Inhaltsverzeichnis.....	V
Abbildungsverzeichnis	VII
Abkürzungsverzeichnis	VIII
1 Einleitung	1
2 Theoretischer Ansatz und Definitionen.....	3
2.1 Theorie zu Social Entrepreneurship.....	3
2.1.1 Entwicklung	3
2.1.2 Definition	5
2.2 Der Begriff Marktwirtschaft – Theorie und Definition	8
3 Marktwirtschaft im Wandel	11
3.1 Ist-Situation	11
3.2 Wandel der Marktwirtschaft.....	16
4 Social Entrepreneurship als Alternative.....	23
4.1 Einordnung des Social Entrepreneurship zwischen traditionellen Unternehmen und Wohltätigkeitsorganisationen.....	23
4.1.1 Vergleich zu traditionellen Unternehmen	25
4.1.2 Social Entrepreneurship vs. Corporate Social Responsibility	26
4.1.3 Die Rolle von Wohlfahrtsorganisationen.....	27
4.1.4 Social Entrepreneurship.....	28
4.1.5 Social Business als Sonderform des Social Entrepreneurship.....	29
4.2 Aktionsbereiche.....	30
4.3 Finanzierung und Erfolgsermittlung	32
4.4 Profil einer Social Entrepreneurin	36
4.5 Institutionelle Akteurinnen	37

4.6 Mögliche Rechtsformen für Social Entrepreneurships in Deutschland	40
4.7 Fallbeispiel Coffee Circle	42
4.7.1 Entwicklung und Ziele von Coffee Circle	42
4.7.2 Aufbau und Konzept des Unternehmens	44
4.7.3 Entspricht Coffee Circle der Theorie eines Social Entrepreneurship?.....	45
4.8 Kritik	48
5 Chancen und Herausforderungen des Social Entrepreneurship – ein Ausblick.....	51
6 Fazit.....	53
7 Anhang	55
7.1 Weiterführende Links:	55
8 Literaturverzeichnis.....	57

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1 Umsatz mit Fairtrade-Produkten weltweit in den Jahren 2004 bis 2012 (in Millionen Euro)	20
Abb. 2 Social Entrepreneurship – eine Abgrenzung	24
Abb. 3 Verortung von Social Entrepreneurship in Deutschland.....	30
Abb. 4 Aktionsbereiche der Social Entrepreneurships.....	31
Abb. 5 Übersicht zu Produkten, Kundinnen und Projekten von Coffee Circle	44

Abkürzungsverzeichnis

Kürzel	Deutsch	Englisch
AMI	Agrarmarkt Informations-Gesellschaft	
BIP, GDP	Bruttoinlandsprodukt	Gross Domestic Product
BÖLW	Bund Ökologische Lebensmittelwirtschaft	
CEO	Geschäftsführer oder Vorstandsvorsitzender	Chief Executive Officer
CHP	Cumhuriyet Halk Partisi (türkisch), Republikanische Volkspartei	
CO ²	Kohlendioxid	carbon dioxide
CSR	Unternehmerische Gesellschaftsverantwortung	Corporate Social Responsibility
D.C.		District of Columbia
e.G.	Eingetragene Genossenschaft	
e.K.	Eingetragener Kaufmann	
e.V.	Eingetragener Verein	
GfK	Gesellschaft für Konsumforschung	
gGmbH	gemeinnützige GmbH	
GmbH	Gesellschaft mit beschränkter Haftung	
GRI	Globale Initiative zur Berichterstattung	Global Reporting Initiative
gUG	Gemeinnützige Unternehmergeellschaft	
HDI	Index für menschliche Entwicklung	Human Development Index

HIV	Humanes Immundefizienz-Virus	Human Immunodeficiency Virus
H&M	Hennes und Mauritz, Textilbekleidungsgeschäft	
ILO	Internationale Arbeitsorganisation	International Labour Organization
JVA	Justizvollzugsanstalt	
MDG	Millennium-Entwicklungsziele	Millenium Development Goals
NExT SSE	Eigenname einer entstehenden Sozialbörse	Next Social Stock Exchange
NPO	Non Profit Organisation	Nonprofit Organization
NRO, NGO	Nichtregierungsorganisation	Nongovernmental Organization
OECD	Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung	Organisation for Economic Co-operation and Development
SDG	Nachhaltige Entwicklungsziele	Sustainable Development Goals
SE	Sozialunternehmen	Social Entrepreneurship/s
SROI	Sozialrendite	Social Return on Investment
UN	Vereinte Nationen	United Nations
UNCED	Konferenz für Umwelt und Entwicklung der Vereinten Nationen	United Nations Conference on Environment and Development
USA	Vereinigte Staaten von Amerika	United States of America
VER	Geprüfte Emissionsreduzierung	Verified Emission Reduction