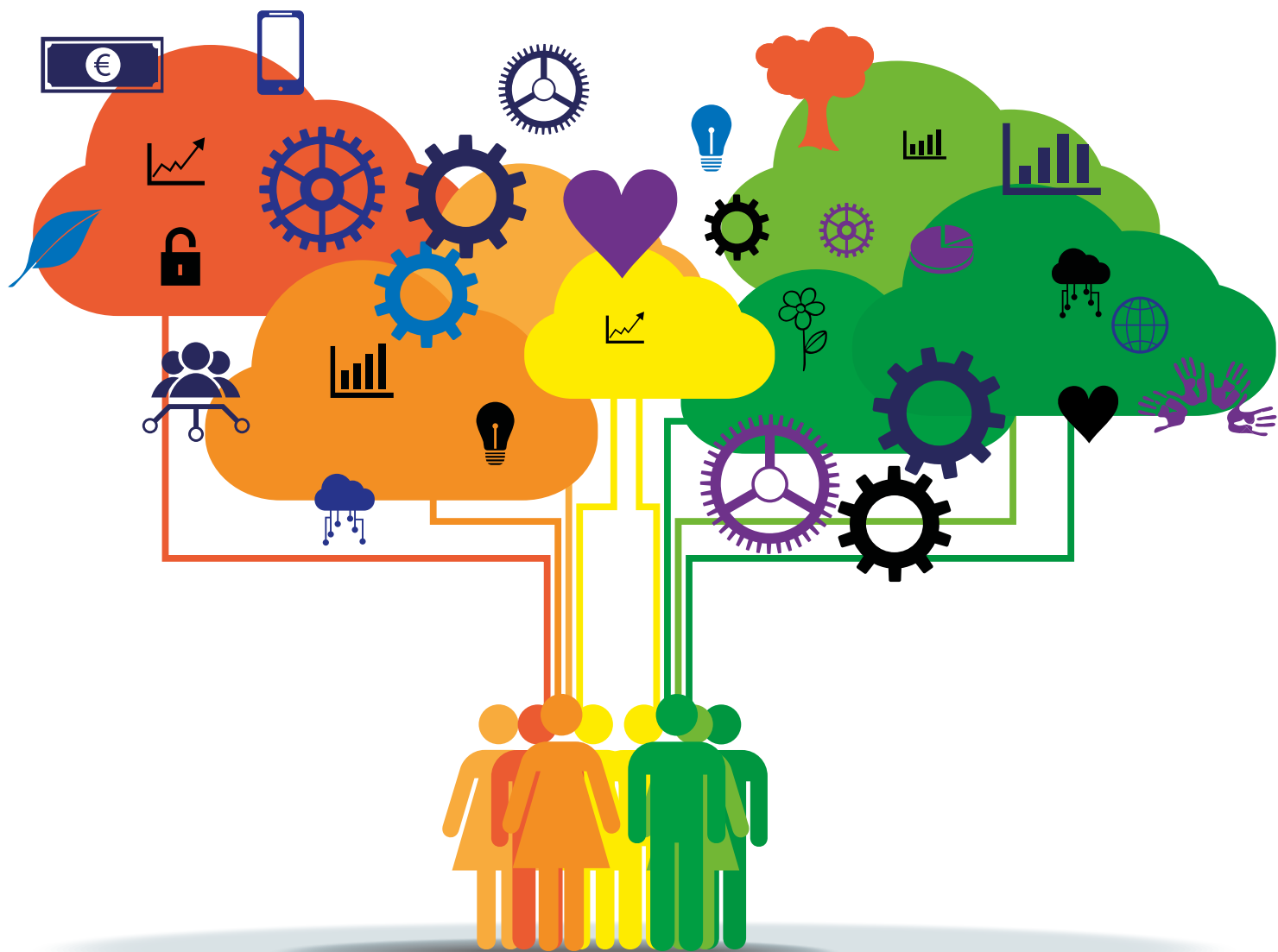


SOCIAL Innovation Business Investment

Ein Wegweiser



Inhalt

Vorwort	4
Executive Summary	7
Relevanz und Überblick	10
Social Innovation	12
Social Impact und Wirkungsmessung	16
Social Business & Social Entrepreneurship als Träger von Social Innovation .	19
Social Investment.....	26
Ausblick: Was ist? Was kommt? Was wird benötigt?	31
Fazit: Was Social Innovation für Gesellschaft und Wirtschaft bewirkt.....	36
Glossar: Konzepte und Formen gesellschaftlicher Investitionen	39
Ausgewählte Bibliografie.....	45

Vorwort

VORWORT

Wie wollen wir mit aktuellen und zukünftigen gesellschaftlichen Herausforderungen umgehen?

„Business as usual“ – also weiter tun wie bisher –, ist keine gangbare Option. Wie viel Mut können wir aufbringen, um alte Denkweisen und Paradigmen zu überwinden? Und wie können Unternehmen, Staat und Zivilgesellschaft an den jeweiligen Schnittstellen besser kooperieren? Social Innovation ist die zeitgemäße Antwort. Social Innovation beschreibt das Entstehen, das Design und die Umsetzung neuer Praktiken und Wege, um gesellschaftlichen Herausforderungen zu begegnen. Es geht darum, positive gesellschaftliche Veränderungen zu bewirken.

Das Konzept Social Innovation ist eng mit Social Investment – Investitionen in die Gesellschaft – verbunden. Neue, innovative Vorhaben benötigen für die Umsetzung regelmäßig entsprechendes Investitionskapital. In Zeiten knapper öffentlicher Mittel, vor dem Hintergrund einer unsicheren Konjunkturlage und der Verschärfung gesellschaftlicher Gegensätze und ökologischer Herausforderungen suchen viele Geldgeber – vom öffentlichen Sektor, über gemeinnützige Stiftungen und privaten Philanthropen, bis zu Unternehmen – nach besseren und kreativeren Strategien für einen effektiven Einsatz ihrer finanziellen Mittel.

Dabei ist Social Investment mehr als die reine Tätigkeit des Investierens. Social Investment bedeutet nicht nur gesellschaftliche Herausforderungen mit unternehmerischen Aktivitäten kreativ zu begegnen. Social Investment beschreibt auch eine neue Denkhaltung: Die Erkenntnis, dass öffentliche und private Ausgaben im Sozialbereich Investitionscharakter haben können. Das bedeutet: Es geht nicht um soziale Kosten, sondern um eine soziale Rendite – sprich eine gesellschaftlich positive, spürbare und auch in Geld messbare Wirkung.

Der Markt für Social Investment ist noch jung und fragmentiert. Waren bis vor etwa 15 Jahren zur Finanzierung sozialer Vorhaben fast nur Subventionen oder Spenden denkbar, reicht das Angebot heute von Krediten bis zu Eigenkapitalbeteiligungen oder Bonds. Auch die Anzahl der Akteure und Partner aus Privatwirtschaft und Zivilgesellschaft in diesem Feld ist rasch angewachsen. Das Thema hat sich internationalisiert und wird in weltweiten Netzwerken bearbeitet. Die Wissenschaft forscht und lehrt verstärkt zu Social Innovation und Social Investment. Die Europäische Union widmet sich dem Thema in einer eigenen Strategie. Und die Lernkurve aller Beteiligten steigt kontinuierlich.

Trotz – oder gerade wegen – dieser dynamischen Entwicklungen wachsen auch die Herausforderungen – wie etwa die Bestimmung und Messung eines Social Impacts, die unzureichenden rechtlichen Rahmenbedingungen für Investoren und Sozialunternehmen, oder die notwendige Fähigkeit, innovative Lösungen auf den Boden zu bringen und zu skalieren. Doch auch dafür gibt es bereits vielversprechende Lösungsansätze. Die Industriellenvereinigung (IV) setzt sich dafür ein, das bestehende Potenzial von Social Innovation in Österreich zu heben und tritt für eine sozialunternehmerfreundliche Politik ein. Wichtig bleibt, mit dieser noch jungen und in Aufbau befindlichen Bewegung sorgsam umzugehen und ihr die Zeit zuzugestehen, sich am Markt zu beweisen. Das Potenzial ist jedenfalls groß.


Dahinter steht auch eine geopolitische Vision: Soziale Stabilität ist das Fundament für einen nachhaltigen Wettbewerbsvorteil Europas, für Wachstum und nachhaltige Entwicklung. Diese soziale Stabilität gilt es mit innovativen Instrumenten zu erhalten und auszubauen.

Mit dieser Broschüre möchten wir Ihnen einen Einblick in die dynamische Welt gesellschaftlicher Innovationen, ihrer Treiber, Akteure und Instrumente geben und mehr Klarheit in die Begriffswelt bringen. Wir wollen aufzeigen, was bereits erreicht wurde, wo das Thema heute steht und welche Rahmenbedingungen wir brauchen, um das vielfältige und kreative Potenzial österreichischer Unternehmen, Investoren und Sozialunternehmen weiter zu heben. Und wir wollen Sie inspirieren und motivieren, selbst als Social Investor in die Zukunft unserer Gesellschaft zu investieren.

Wir wünschen Ihnen eine anregende Lektüre!



Mag. Christoph Neumayer
Generalsekretär der
Industriellenvereinigung Österreich



Mag. Johannes Höhrhan
Geschäftsführer der
Industriellenvereinigung Wien

Executive Summary

EXECUTIVE SUMMARY

Aktuelle und künftige gesellschaftliche Herausforderungen erfordern für deren Lösung neue und kreative Ansätze. Das macht eine umfassendere Diskussion notwendig, welche Akteure bei der Lösung derzeitiger und zukünftiger Probleme welche Rolle spielen können. Nachhaltige, positive gesellschaftliche Veränderungen können nur durch verstärkte Kooperation zwischen verschiedenen Akteuren – Unternehmen, Privatpersonen, öffentlichem und drittem Sektor – umgesetzt werden. Die Broschüre bietet einen Überblick über neuere Formen gesellschaftlichen Wandels, die in engem Zusammenhang mit neuen Möglichkeiten der Kooperation stehen. Im Besonderen werden die folgenden Konzepte vorgestellt:

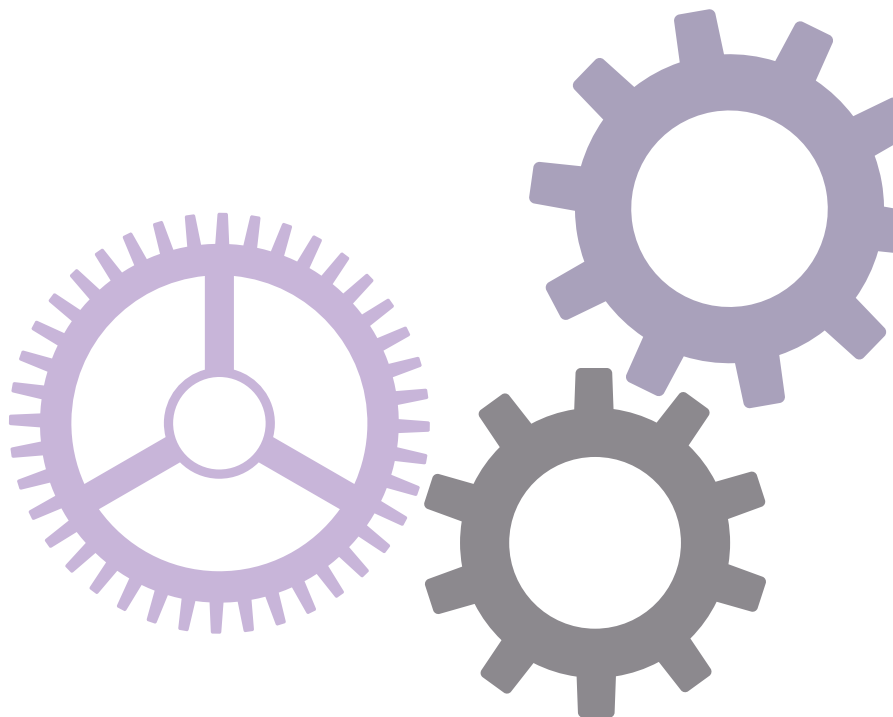
Social Innovation bewirkt und unterstützt gesellschaftlichen Wandel. Der Begriff beschreibt grundsätzlich positive gesellschaftliche Veränderungen, oft zugunsten benachteiligter Gruppen. Träger sozialer Innovation können Individuen, die Zivilgesellschaft oder Organisationen aus verschiedenen Sektoren sein. Social Enterprises/Social Businesses sind besonders relevant. Diese Organisationen entstehen an der Grenze zwischen dem For-Profit- und Non-Profit-Sektor und kombinieren soziale Ziele mit funktionierenden Geschäftsmodellen, sie vereinen die Logiken der verschiedenen Sektoren und sind damit häufig Initiatoren und Träger von sozialer Innovation.

Gesellschaftliche Innovationen erzielen soziale Wirkungen. Diese zu messen und greifbar zu machen ist eine der zentralen Herausforderungen sowohl für Social Businesses als auch für Non-Profit-Organisationen. In den vergangenen Jahren entstanden verstärkt Methoden zur Messung von Social Impact. Diese berücksichtigen neben finanziellen Renditen im Besonderen auch die sozialen Renditen von Organisationen. Die dabei entstehenden Kennzahlen und Berichte sind nicht nur für soziale Investoren relevant, sondern spiegeln auch die zunehmende Professionalisierung des dritten Sektors wider.

Social Impact Measurement kommt eine wesentliche Bedeutung zu, wenn nach sozialen Kriterien investiert werden soll. Social Investment, also Investitionen in die Gesellschaft, ist hier das zentrale Konzept. Im betriebswirtschaftlichen Sinn werden darunter Beiträge zum Gemeinwohl verstanden, die von Privatpersonen, Stiftungen oder Unternehmen geleistet werden. Je nach Investor sind soziale Investitionen näher an Spenden und stellen das soziale Ziel in den Vordergrund („Impact First“) oder aber es handelt sich um klassischen Investitionen sehr ähnlicher Finanzierungsformen („Financial First“). Social Investment beschreibt auch eine neue Denkhaltung. Soziale Programme werden nicht mehr als Kosten gesehen, sondern als Investition in die Zukunft, die messbaren gesellschaftlichen Mehrwert bringt. Der Staat als nach wie vor größter Geldgeber für Soziales spielt hier eine zentrale Rolle.

Für ein mehr an sozialen Investitionen von Privaten und Unternehmen braucht es die notwendigen **Rahmenbedingungen**, und damit auch staatliches Handeln zur Schaffung entsprechender Voraussetzungen. Nur so kann ein funktionierendes Ökosystem für Social Innovation, Social Business und Social Investment entstehen. An diesem System sind unterschiedliche Akteure beteiligt. Einerseits sind das Investoren, die bereit sind, auf Basis sozialer Renditen in Unternehmen und Projekte zu investieren und eine finanzielle Rendite dabei gegebenenfalls hintanzustellen. Andererseits sind auch Organisationen notwendig, die als Investees für soziale Investitionen in Frage kommen. Diese brauchen für ihre Entwicklung ebenfalls ein förderliches Umfeld, bestehend aus Netzwerken, Möglichkeiten der (staatlichen) Förderung und Inkubationsprogrammen.

Der Diskurs um Social Innovation, Social Business und Social Investment hat in den vergangenen Jahren an Dynamik gewonnen. Verschiedene Initiativen sowohl auf europäischer als auch auf österreichischer Ebene unterstützen soziale Unternehmen mit dem Ziel, gesellschaftliche Innovation zu fördern und einen Markt für soziale Investitionen zu etablieren. Wesentliche Herausforderungen der kommenden Jahre werden sein, einen gesellschaftlichen Konsens über Möglichkeiten und Ausmaß der Beteiligung Privater an der Finanzierung sozialer Aufgaben zu finden. Wünschenswert sind hier ein offener Diskurs, der Abbau von Berührungspunkten zwischen den Sektoren und die Übernahme von gesellschaftlicher Verantwortung durch alle beteiligten Akteure.



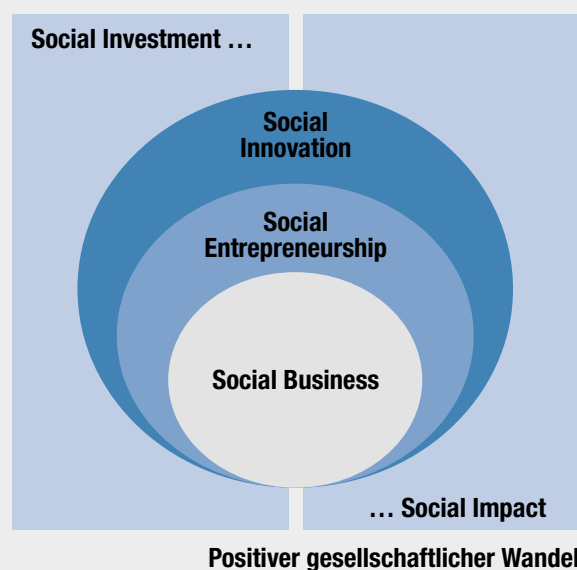
Relevanz und Überblick

RELEVANZ UND ÜBERBLICK

Gesellschaftlicher Wandel passiert. Aber welchen Wandel wollen wir für eine bessere nachhaltige Zukunft, die Chancen für alle ermöglicht und bestehende Probleme nicht verschiebt, sondern konkret adressiert? In Anbetracht der Herausforderungen der Wirtschafts- und Finanzkrise, des demografischen Wandels, der Migrationsbewegungen und der Veränderung der Arbeitswelt gilt es, sowohl **innovative und kreative Lösungen** auf politischer und wirtschaftlicher Seite und (Finanzierungs-)Ansätze zu finden. Diese tragen dazu bei, gesellschaftlichen Wandel zu gestalten, statt ihn einfach geschehen zu lassen. Es liegt an uns, das dazu notwendige Potenzial auszuschöpfen. In diesem Zusammenhang haben Begriffe wie **Social Innovation, Social Investment, Social Business und Social Entrepreneurship** Einzug gehalten. Diese Konzepte vereint der Versuch, **neue Formen des Zusammenspiels von Gesellschaft, Staat und Wirtschaft zu entwickeln**. Im Kern stehen hinter diesen Begriffen neue Ansätze und Handlungsmöglichkeiten, gesellschaftlichen Herausforderungen zu begegnen. Auch wenn man sich dabei häufig des Vokabulars der Wirtschaft bedient, weisen sie über die traditionellen Sektorengrenzen hinaus und beschreiben **Konzepte, die die klassische Aufteilung in Staat, Wirtschaft und Zivilgesellschaft überwinden sollen**.

Wir beobachten in Österreich eine **wachsende Zahl von Gründungen, die dem Social Entrepreneurship-Sektor zuzuordnen sind**, und die nach Kapital suchen. Gleichzeitig steigt das **Interesse von privaten und staatlichen Akteuren** an dem Thema – um neue Investmentmöglichkeiten und/oder innovative Lösungen für hartnäckige Probleme zu finden. Im Umfeld entstehen Inkubatoren, **neue Finanzierungsmöglichkeiten**, Netzwerke und Kooperationen. Es gibt viel zu tun: Legitimation am Markt über finanzielle Benchmarks hinaus, moderne Rahmenbedingungen, Finanzierungsformen, die private und öffentliche Fördermittel gut kombinieren, adäquate Rechtsformen und Qualitäts- und Wirkungsmessung. Auch wenn die Datenlage noch nicht ausreicht, um valide Prognosen über den Sektor treffen zu können, ist eines sicher: **Wir brauchen Innovation im Zusammenspiel zwischen Staat, Wirtschaft und Zivilgesellschaft**.

Diese Informationsbroschüre bietet einen Überblick über diese verschiedenen Konzepte und Begriffe und eine Orientierungshilfe. Das soll dazu dienen, den Boden für Social Innovation und Social Investment in Österreich weiter aufzubereiten.



Social Innovation

SOCIAL INNOVATION

Social Innovation bewirkt gesellschaftlichen Wandel. Gemeint ist damit das Entstehen, das Design und die Umsetzung neuer Praktiken und Wege, um gesellschaftlichen Herausforderungen zu begegnen. In der akademischen Debatte wird der Begriff breit gefasst. „Social“ bedeutet „gesellschaftlich“ und meint grundsätzlich **positive Auswirkungen für die Gesellschaft** oder bestimmte gesellschaftliche Gruppen. Sowohl Organisationen als auch Individuen aus allen Sektoren können Träger von gesellschaftlichen Innovationen sein.

Die Notwendigkeit für gesellschaftliche Innovationen kann u.a. im Kontext der sogenannten „**Grand Challenges**“ verortet werden, also aktueller gesellschaftlicher Herausforderungen u.a. in den Bereichen Klima, Umwelt und Energie, demografischer Wandel, der Veränderung der Lebens- und Arbeitswelten oder des wirtschaftlichen Wandels. Die Bandbreite von Beispielen ist groß und reicht vom Aufkommen der Straßenzeitungen in den 1990er-Jahren, über das Konzept der Mikrokredite, Emissionshandel, dezentralisierte Lösungen der Energiegewinnung wie Bürgerkraftwerke, neue Formen inklusiver Arbeitsmodelle für marginalisierte Gruppen bis hin zur Open Source-Bewegungen, Crowdsourcing oder Crowdworking.

Gesellschaftliche Innovationen, die aus der Zivilgesellschaft heraus entstehen, können Bewegungen sein, die gesellschaftlichen Wandel nach sich ziehen, z.B. die Gleichberechtigung bisher diskriminierter Bevölkerungsgruppen. Ein weiteres Beispiel in der Wirtschaft ist Fair Trade. Diese Bewegung entstand in den 1940er und ist heute weltweit etabliert. Sie hat weitreichende Folgen nicht nur für die beteiligten Bauern oder Händler, sondern auch für das Konsumverhalten und -bewusstsein der breiten Bevölkerung. Social Entrepreneurs und Social Businesses werden besonders häufig mit gesellschaftlichen Innovationen assoziiert.

Die Förderung von Social Innovation hat zum Ziel, gesellschaftliche Probleme zu lösen und neue Wege aufzuzeigen. Die Europäische Union fördert Social Innovation im Rahmen des “Social Investment Package” und definiert gesellschaftliche Innovation als “new ideas (products, services and models) that simultaneously meet social needs (more effectively than alternatives) and create new social relationships or collaborations”.¹ Andere gängige Definitionen sind flexibler: “Social innovation is focused on finding new ways to solve old problems and doing so in the public interest”.² Diesem Verständnis nach geht es vor allem um die Erstellung einer neuartigen, dem Status quo überlegenen Lösung. **Wichtig ist die Absicht, die hinter einer gesellschaftlichen Innovation steht: Sie soll positive soziale Veränderungen explizit zum Ziel haben.** Das ist es auch, was diese von sozialem Wandel per se unterscheidet.

1 Europäische Kommission, basierend auf Murray et al. 2010

2 Office of Social Innovation and Civic Participation; The White House Administration

In Österreich, Europa und international haben sich bereits einige Organisationen und Initiativen die Erforschung und Förderung von Social Innovation zum Ziel gesetzt.

Der **Social Innovation Funds (USA)** fördert lokale Initiativen und Organisationen, die innovative und skalierbare Lösungen für soziale Probleme bieten. Für jeden staatlichen Dollar muss ein privater Dollar an Finanzierung akquiriert werden. So werden Innovation und Investment gleichzeitig gefördert. Das **europäische Forschungsprojekt Creating Economic Space for Innovation (CRESSI)** untersucht die wirtschaftlichen und politischen Rahmenbedingungen für soziale Innovation und will zeigen, wie die Politik diese Rahmenbedingungen verbessern und soziale Innovation fördern kann. In Österreich gibt es die **Social City Wien**, eine überparteiliche Plattform, die die Stadt Wien dabei unterstützt, Entwicklungsfelder in den Bereichen Jugend, Bildung, Soziales und Pflege zu entwickeln und zu identifizieren. Die **Wirtschaftsuniversität Wien** bietet seit mehreren Jahren Lehrveranstaltungen und Weiterbildungsangebote im Bereich Social Entrepreneurship an und hat sich mit dem **Social Entrepreneurship-Center** auch die Beforschung und Weiterentwicklung dieses Feldes zum Ziel gesetzt.

Social Innovation durchläuft einen typischen Entwicklungsprozess³

1. Prompts (Anlässe)

Diese Phase berücksichtigt alle Faktoren, die soziale Innovationen notwendig machen. Das können große gesellschaftliche Zusammenhänge wie die Wirtschaftskrise oder ein individuelles Bedürfnis, das nicht bedient wird, wie etwa Schutz vor häuslicher Gewalt, sein.

2. Proposals (Vorschläge)

„Proposals“ meint vor allem Ideengenerierung. Es gibt viele Wege, Kreativität einzufangen und Lösungen zu entwickeln. Ein Beispiel ist Open Innovation: Sie zielt darauf ab, möglichst viele Menschen in den Ideengenerierungsprozess miteinzubeziehen. In Österreich gibt es beispielsweise die Plattform neurovation.net des Innovation Service Network, auf der Ideen eingereicht, weiterentwickelt und kommentiert werden können.

3. Prototypes (Prototypen)

Hier werden die Ideen in der Praxis getestet. Das passiert oft mit Hilfe von Prototypen, Pilots, Tests oder Experimenten.

4. Sustaining (Erhalten)

In dieser Phase geht es darum, die Idee für das alltägliche Leben zugänglich zu machen. Erst hier zeigt sich, wie anschlussfähig die vorgeschlagene Lösung ist.

5. Scaling (Skalieren)

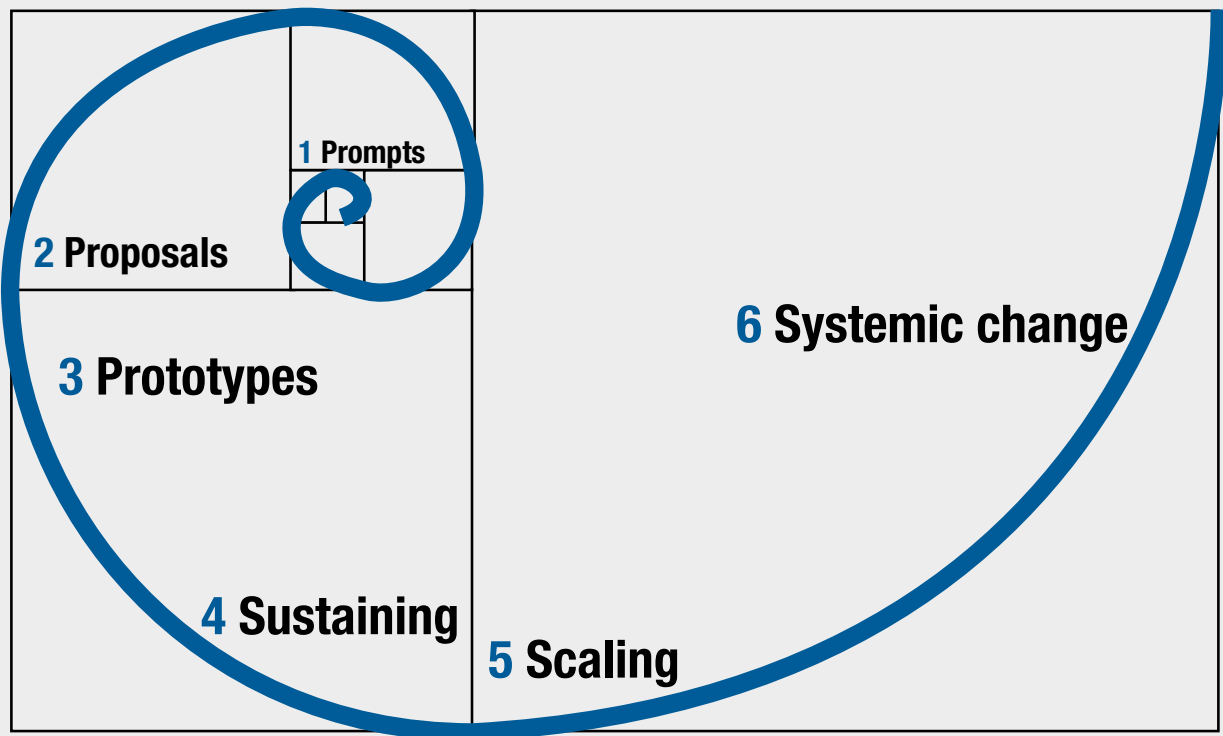
Hier geht es um verschiedene Strategien für die Skalierung und das Wachstum einer Innovation: Beispiele sind Franchising oder organisationales Wachstum. Es braucht hier vor allem eine gute Strategie und eine Vision, wohin die Idee führen soll.

6. Systemic Change (Wandel)

Systemwandel ist das eigentliche Ziel sozialer Innovation. Um ihn zu erreichen spielen viele Faktoren eine Rolle. Das Zusammenwirken unterschiedlicher Akteure, wie Zivilgesellschaft, Staat, Unternehmen, ist dazu notwendig.

3 vgl. Murray et al. 2010

Der Prozess gesellschaftlicher Innovation



Eine Studie unter rund 2.000 Social Entrepreneurs zeigt, dass vor allem in der Start-up-Phase (Proposals/Prototypes) und in der ersten operativen Phase (Sustaining) Finanzierung sehr wichtig ist. Hier können **Social Investments** ansetzen. Vielversprechende Ideen, die gerade erprobt werden oder in ihrer ersten Marktphase sind, können unterstützt werden. Investitionen in dieser Phase tragen dazu bei, dass neue, innovative Lösungsansätze die **Skalierungsphase** und damit eine kritische Größe und **nachhaltige Veränderung** mit sich ziehen.⁴



4 Vandor et al. 2015

Social Impact und Wirkungsmessung

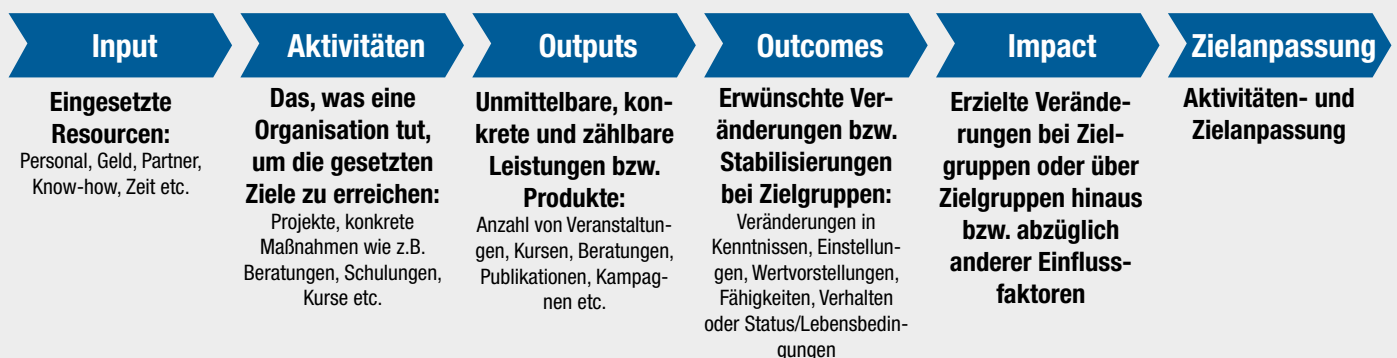
SOCIAL IMPACT UND WIRKUNGSMESSUNG

Woran lässt sich gesellschaftliche Innovation festmachen? Wie groß ist das Ausmaß der positiven Veränderung für die Gesellschaft? Wie kann die nicht-finanzielle Rendite gesellschaftlicher Investitionen aussehen? Wie kann der gesellschaftliche Mehrwert solcher Investitionen gemessen werden?

Diese Fragen und damit die Debatte um **Social Impact und Wirkungsmessung haben stark an Bedeutung gewonnen**. Es geht um die Wirkung von Leistungen und effiziente, vor allem effektive Mittelverwendung. Die Evaluierung von sozialen Organisationen, Projekten und der Sozialpolitik ist heute eine Selbstverständlichkeit. **Auch Impact Investing zielt auf positive Wirkungen ab**. Das gilt auch für andere Formen gesellschaftlicher Investitionen, die sich eine soziale Rendite – in welcher Form auch immer – erwarten. Social Investments müssen daher mit einer gut durchdachten Wirkungsmessung einhergehen.

Wirkung bedeutet allgemein jede beabsichtigte oder unbeabsichtigte Veränderung der Situation betroffener Menschen und ist damit von Leistung zu unterscheiden: Bevor eine Wirkung eintreten kann, muss mit Hilfe von bestimmten Inputs eine Form von Leistung erbracht werden. Leistung bringt einen Output, der Wirkungen nach sich zieht. Outcomes sind unmittelbare Wirkungen, meist für Individuen. Impact meint eher längerfristige Wirkungen, die auch gesellschaftliche Strukturen betreffen. Jene Wirkungen, die ohnehin erzielt worden wären, werden als Deadweight bezeichnet. Da der Output regelmäßig leichter messbar ist als Wirkung, liegt der Fokus daher oft auf der Output-Messung.

Logic Model/Wirkungskette



Am Beispiel einer Schule werden bei den eingesetzten Ressourcen unterschiedliche Inputs wie Lernmaterialien, Lehrpersonal usw. betrachtet. Der Betrieb dieser Schule (Leistung) resultiert in einem Output, z.B. die Zahl der Schüler oder Unterrichtsstunden. Damit verbundene Wirkungen können eine höhere Alphabetisierungsrate, geringere Jugendarbeitslosigkeit o.ä. sein.

Gesellschaftliche Wirkung – Social Impact – bedeutet eine Situationsveränderung bezüglich übergeordneter gesellschaftlicher Ziele, idealiter eine Verbesserung in die intendierte Richtung: bessere Integration von Asylwerbern, nachhaltige Beschäftigung von behinderten Menschen etc.

Häufig wird Social Impact im Zusammenhang mit der Messung von Wirkungen sozialer Organisationen verwendet. NPO und (soziale) Unternehmen messen ihren Erfolg zunehmend durch Wirkungskriterien und nicht nur durch outputorientierte Kennzahlen. Zum einen, weil diese Kennzahlen für private wie öffentliche soziale Investoren wichtiger werden, zum anderen, weil sich die Investmentlogik auch über die Professionalisierung des Managements im sozialen Sektor verbreitet.

Es gibt **unterschiedlichste Instrumente und Strategien zur Dokumentation der Tätigkeiten und Messung von Wirkung**. Es gibt Verfahren, die Kompetenzen und Konzepte in einer Organisationsstruktur bewerten ebenso wie Stakeholder-Analysen, die die Wirkung auf bestimmte betroffene Personengruppen in den Vordergrund stellen. Zur Messung von gesellschaftlicher Wirkung an sich (Social Impact Measurement) existiert ebenfalls eine Vielzahl von Verfahren.

Die einzelnen Instrumente und Methoden unterscheiden sich auch nach Zielgruppe und Zweck. Hier drei unterschiedliche Ansätze:

Der Social Reporting-Standard (SRS) ist ein Gemeinschaftsprojekt von mehreren deutschen Universitäten, Stiftungen sowie Akteuren im NPO- und Social Entrepreneurship-Bereich. Er bietet eine einheitliche Sprache zur Dokumentation und zum Berichten von Wirkungen sozialer Organisationen, die über eine reine Rechnungslegung hinausgeht.

Die gesellschaftlichen Ziele, die erreichten Zielgruppen und Wirkungen sollen ebenso dargestellt werden, wie die dafür aufgebrauchten Mittel. Es geht um eine umfassende Bewertung organisationaler Konzepte und Kompetenzen. Vorteile bei der Akquise von Finanzierung sind explizites Ziel des Reportings mittels SRS⁵.

Der Impact Reporting- and Investment-Standards (IRIS) wurde vom Global Impact Investing Network⁶ konzipiert, um einen Standard für die Messung sozialer und/oder ökologischer Wirkungen von Investments zu schaffen. Insgesamt gibt es rund 500 Indikatoren, die Informationen zum Organisationsprofil, zur finanziellen Situation, zur operativen Tätigkeit ebenso wie zum sozialen und ökologischen Impact beinhalten. Zielgruppe sind Impact-Investoren bzw. Fonds-Manager.

Die Social Return on Investment (SROI)-Analyse lehnt sich konzeptionell an die „klassische“ Return on Investment-Analyse an. Sie ist die derzeit weitest verbreitete Methode zur Wirkungsmessung. Am Ende der Analyse steht ein Wert, der angibt, wie viel soziale Rendite pro investiertem Euro in das Projekt bzw. die Organisation zu erwarten ist. SROI-Analysen von sozialen Organisationen werden meist von externen Experten durchgeführt, da sie relativ komplex sind. Als wesentliche Vorteile der SROI-Analyse gelten einerseits Legitimation gegenüber der Öffentlichkeit oder potenziellen Geldgebern sowie die Lerneffekte der NPO über ihre eigene Wirkungsgenerierung. Nichtsdestotrotz ist es oft problematisch, gesellschaftliche Wirkungen zu monetarisieren.

5 <http://www.social-reporting-standard.de/>

6 <https://iris.thegiin.org/>

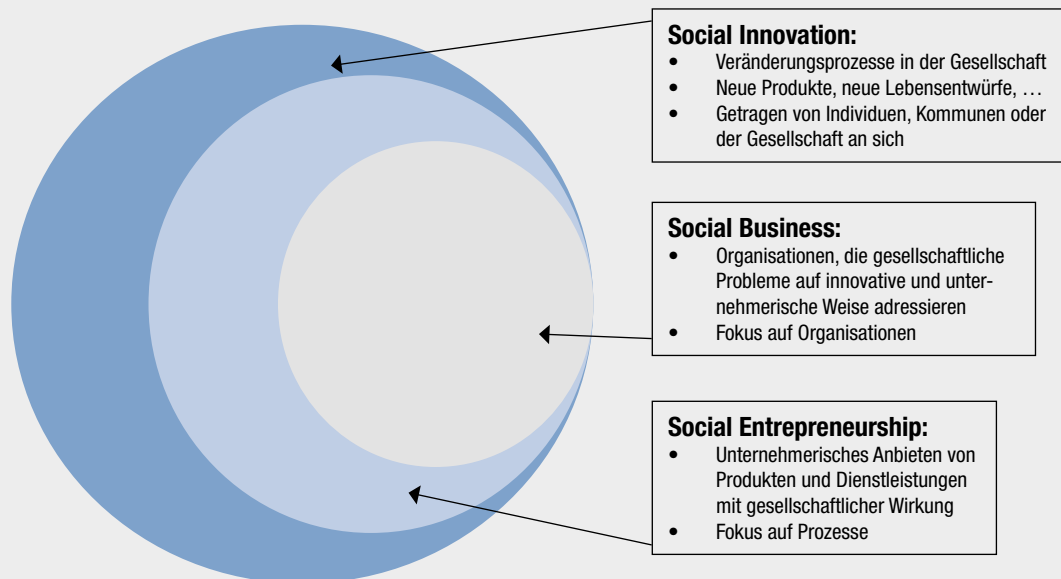
Social Business und Social Entrepreneur- ship als Träger von Social Innovation

SOCIAL BUSINESS UND SOCIAL ENTREPRENEURSHIP ALS TRÄGER VON SOCIAL INNOVATION

Um gesellschaftliche Innovationen hervorzubringen und einen Markt für Social Investments aufbauen zu können, braucht es die entsprechende **Nachfrage**. In Österreich sind es jenseits des Staates bis dato vor allem Non-Profit-Organisationen (NPO), die soziale Ziele verfolgen. NPO schütten keine Gewinne aus und finanzieren sich vorwiegend über Spenden, staatliche Mittel und Beiträge von Mitgliedern. Investitionen können dabei v.a. über Spenden, Sponsoringverträge oder Fördermitgliedschaften getätigt werden. Vielfach bestehen (oder bestanden) Berührungspunkte mit betriebswirtschaftlicher Investitionslogik.

In den vergangenen Jahren sind vermehrt Organisationen entstanden, die an der Grenze zwischen dem Unternehmenssektor und dem dritten Sektor angesiedelt sind. Diese werden als **Social Businesses oder Social Enterprises** bezeichnet. Sie fragen **privates Investitionskapital** nach und bieten daher auch andere, zu klassischen NPO komplementäre, Möglichkeiten für soziale Investments.

Social Entrepreneurship und Social Business als Teilmengen gesellschaftlicher Innovation



Social Entrepreneurship

Das Schlagwort Social Entrepreneurship taucht seit einigen Jahren in der öffentlichen und wissenschaftlichen Debatte auf. Je nach Definition handelt es sich um einen **Überbegriff für soziale Organisationen mit starkem unternehmerischen Schwerpunkt**, um **besonders innovative, soziale Start-ups** und Projekte oder ein Phänomen, das institutionellen Wandel beschreibt und **mit großem sozialen Transformationspotenzial verbunden** ist. Innovation ist meist ein wesentlicher Bestandteil von Social Entrepreneurship. Einerseits wird das **Innovationspotenzial** der Organisationen selbst betont, andererseits kann Social Entrepreneurship selbst als Innovation im Non-Profit-Sektor verstanden werden. Auch die Person des Social Entrepreneurs selbst spielt häufig eine große Rolle. Manche sehen in ihr eine herausragende, innovative Persönlichkeit, die sich von anderen abhebt, die andere begeistert und das Potenzial hat, viel zu verändern.

In den vergangenen Jahren haben sich viele Forschungsinitiativen zu Social Entrepreneurship-Begriffsdefinitionen versucht und Erhebungen unter Social Entrepreneurs gestartet. Social Entrepreneurship gewinnt in der Lehre an Universitäten an Bedeutung und der Begriff hat Einzug in staatliche/öffentliche Institutionen gehalten. Die Medienpräsenz von Social Entrepreneurship und Social Entrepreneurs hat sich erhöht. Diese Entwicklungen spiegeln wider, dass Social Entrepreneurship angesichts vieler ungelöster Probleme, Strukturwandel im dritten Sektor und der Wirtschaftskrise als hoffnungsvolle Antwort diskutiert wird. Ihm wird zugeschrieben, die traditionellen Sektorgrenzen überwinden zu können und neue Lösungen aufzuzeigen.

Social Business

Die Begriffe "Social Business" und "Social Enterprise" werden oft synonym verwendet. Es handelt sich um Organisationsformen, die sich zwischen den Grenzen von Markt und NPO bewegen. **Vier Kriterien definieren Social Business.** Die ersten beiden sind Muss-Kriterien, damit eine Organisation als Social Business gelten kann. Die beiden anderen Kriterien sind unschärfer, sie gelten als Soll-Kriterien.

1. Positive gesellschaftliche Wirkung als Organisationsziel

Das soziale oder ökologische Ziel muss das Hauptziel der Organisation sein, rein wirtschaftliche Überlegungen müssen ihm untergeordnet sein. Wichtig ist auch, dass dieses Ziel bewusst verfolgt werden muss. Viele „klassische“ Unternehmen erzielen auch positive gesellschaftliche Wirkungen – diese sind aber nicht ihr primäres Ziel, daher können sie nicht als Social Business gelten.

2. Erwirtschaften von Markteinkünften

Social Businesses erzielen einen Großteil (mehr als 50 Prozent) ihres Einkommens über den Verkauf von Gütern und Dienstleistungen am Markt. Dieser Umstand unterscheidet sie von „klassischen“ NPO.

3. Positive Wirkungen für alle Bezugsgruppen

Social Businesses bedienen – wie traditionelle Unternehmen auch – eine bestimmte Zielgruppe, die vorwiegend von der Tätigkeit profitiert. Es ist aber wichtig, dass auch andere Bezugsgruppen an den positiven Wirkungen der Organisation teilhaben: Muhammad Yunus beispielsweise, der Pionier der Mikrokredite, betont, dass für Social Businesses auch gute Arbeitsbedingungen für alle Mitarbeiter wichtig sind.

4. Begrenzte Gewinnausschüttung

Social Businesses sollen die erwirtschafteten Gewinne vorwiegend wieder in ihr gesellschaftliches Ziel investieren. Um für Investoren attraktiv zu sein, ist es aber notwendig, dass Gewinne auch an diese ausgeschüttet werden dürfen – dieser Anteil sollte allerdings begrenzt sein.

	Soziale Dimension	Ökonomische Dimension
Muss-Kriterien	Kriterium I: Positive gesellschaftliche Wirkung als Organisationsziel	Kriterium II: Erwirtschaftung von Markteinkünften
Soll-Kriterien	Kriterium III: Kernstakeholder (z.B. Mitarbeiter) sollen an positiven Wirkungen teilhaben	Kriterium IV: Begrenzte Gewinnausschüttung

Social Businesses sind in vielen verschiedenen Bereichen tätig und erzielen auf unterschiedlichste Weise Wirkung. Grob lassen sich vier verschiedene Typen von Social Business unterscheiden:

- **Integriertes Social Business – Mitarbeiter im Fokus:** Ein großer Teil der in Österreich bestehenden Social Businesses fällt in diese Kategorie: Es handelt sich um Angebote, die eine konkrete benachteiligte Bevölkerungsgruppe als Zielgruppe haben und diese durch (Erwerbs-) Arbeit in das gesellschaftliche Leben (re-)integrieren und deren Lebensumstände verbessern wollen. Das Spektrum ist sehr breit. Manche Unternehmen stellen eine Dienstleistung zur Verfügung, die nur mit Hilfe von Menschen aus der Zielgruppe erbracht werden kann, wie etwa die interaktive Ausstellung „Dialog im Dunkeln“⁷ oder der Einsatz von Menschen mit Autismus durch „Specialisterne“⁸. Andere, wie der Longboard-Produzent „Ruffboards“⁹ produzieren gemeinsam mit der Zielgruppe Produkte, die am Markt verkauft werden. Vielfach werden neben dem Arbeitsplatz auch Beratung, Coaching oder sozialarbeiterische Maßnahmen angeboten. Viele Arbeitsmarktintegrationsbetriebe (sozio-ökonomische Betriebe) und die Mitglieder des Bundesdachverbands für Sozialunternehmen (BDV) fallen ebenfalls in diese Kategorie.
- **Integriertes Social Business – Kunden im Fokus:** Bei diesen Unternehmen wird ebenfalls ihre Zielgruppe direkt in das Geschäftsmodell einbezogen allerdings als Kunden. Das hergestellte Produkt bzw. die Dienstleistung soll direkt einer (benachteiligten) Bevölkerungsgruppe zugutekommen. In diese Kategorie fallen einige innovative Technologieunternehmen, wie etwa „Helioz“ oder „fairwind“¹⁰, die versuchen, durch ihre Produkte die Lebensbedingungen von Menschen in Entwicklungsregionen zu verbessern. Wichtig ist, dass es sich hierbei nicht um Spenden handelt, sondern die Zielgruppe als Kunde behandelt wird und dementsprechend einen (wenn auch geringen) Beitrag für das Produkt zahlt.
- **Differenziertes Social Business:** Es gibt Gruppen, die aufgrund von zu geringer Zahlungsfähigkeit oder multiplen Problemlagen nicht direkt in eine Austauschbeziehung integrierbar sind. Manche Social Businesses adressieren genau diese Zielgruppen und finden querfinanzierende Modelle. Durch gewinnbringende, marktorientierte Aktivitäten ist es möglich, für die Zielgruppe Produkte oder Dienstleistungen zur Verfügung zu stellen, die deren Integration und die Verbesserung der Lebensbedingungen zum Ziel haben. SuperSoulMe bietet beispielsweise Tanzkurse für benachteiligte Kinder und Jugendliche an, die mittels kostenpflichtiger Tanzkurse und Workshops für Unternehmen querfinanziert werden.¹¹
- **Sustainable Business:** Diese Unternehmen versuchen durch Herstellung und Vertrieb von nachhaltigen Produkten und Dienstleistungen, negative Externalitäten in der Produktion zu reduzieren oder positive Wirkungen zu entfalten. Das kann etwa durch Verwendung von ökologischen, biologischen und umweltfreundlichen Materialien oder durch die Schaffung lokaler Arbeitsplätze passieren. Die Gebrüder Stitch etwa produzieren nachhaltig und fair Maß-Jeans.¹² Das gesellschaftliche Ziel wird über die Veränderung von Konsumverhalten, Bewusstseinsbildung bei Konsumenten oder positive Wirkungen bei Zulieferbetrieben erreicht.

7 <http://www.imdunkeln.at/index.php/dt/>

8 <http://at.specialisterne.com/>

9 <http://www.ruffboards.com/>

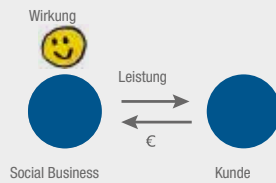
10 <http://www.fairwind.info/>

11 www.supersoulme.com

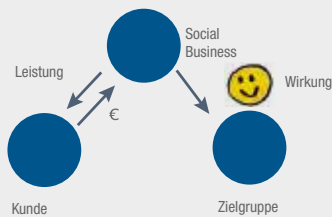
12 <http://www.gebruederstitch.at/>

Vier Modelle von Social Business

(i) Integriertes Social Business – Zielgruppe als Mitarbeiter



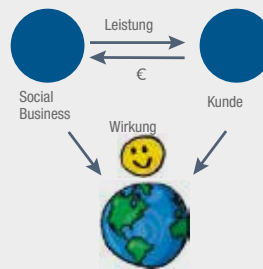
(iii) Differenziertes Social Business



(ii) Integriertes Social Business – Zielgruppe als Kunden

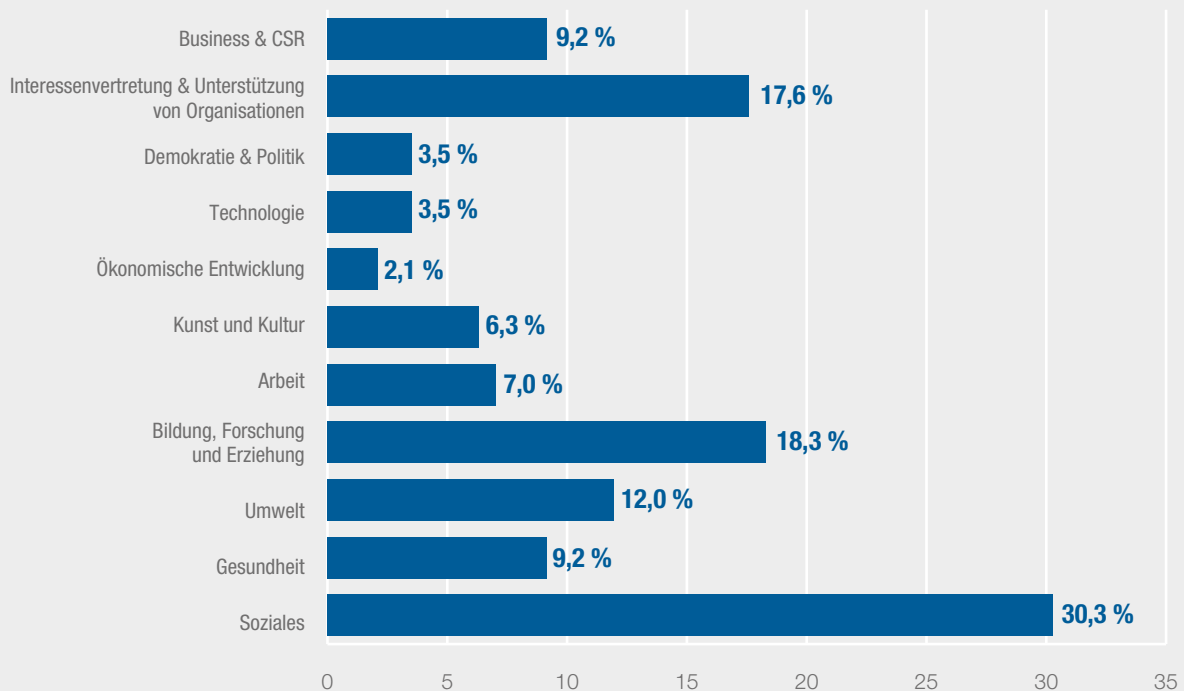


(iv) Sustainable Business



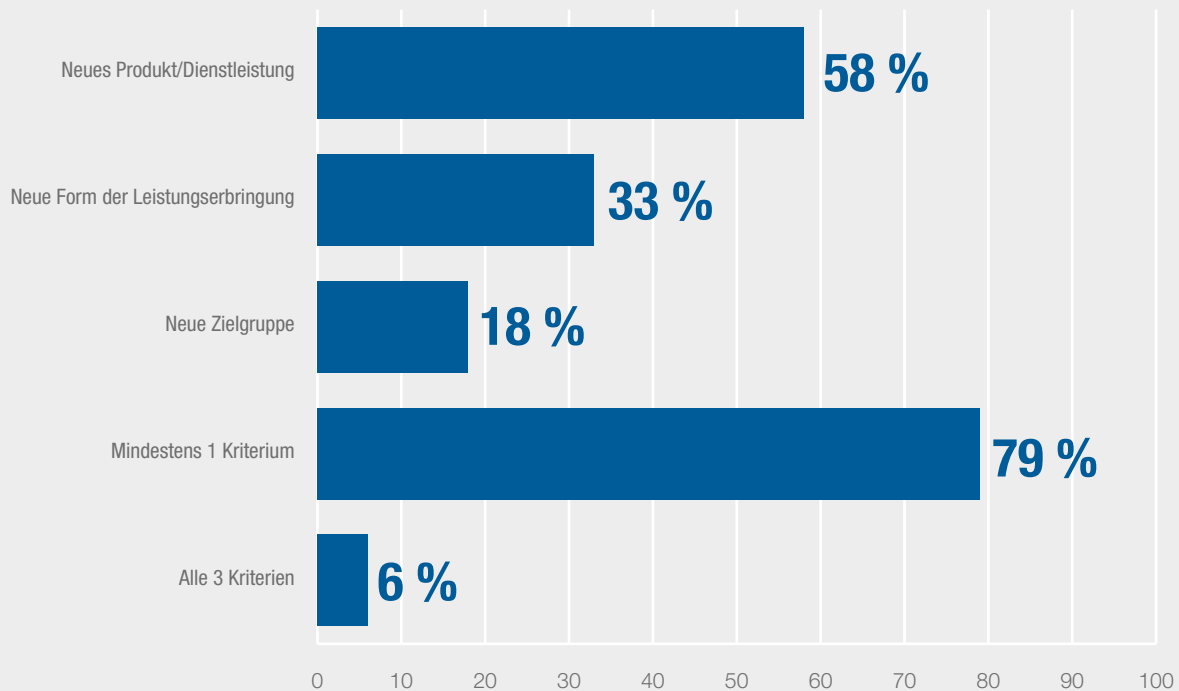
Social Businesses finden ihr Betätigungsfeld hauptsächlich im **Sozialbereich** bzw. im Bereich der **Erstellung sozialer Dienstleistungen**. Viele junge Unternehmen sind auch im Bereich **Bildung** tätig. **Umwelt** ist vor allem am Schnittpunkt zwischen sozialen und technischen Start-ups ein wichtiges Thema. Die Bereiche Kunst und Kultur sowie Interessenvertretung sind dagegen eine Domäne etablierter Organisationen.

Tätigkeitsbereiche von Social Business in Österreich



Junge Sozialunternehmen gelten als **besonders innovativ**. Von jenen Mitgliedern des Inkubators Impact Hub, die als Social Business bezeichnet werden können, gaben bei der Mitgliederbefragung 79 Prozent an, eine wesentliche Neuerung in ihrem Geschäftsmodell integriert zu haben. Es kann sich hier entweder um ein neues Produkt/eine neue Dienstleistung, eine neue Form der Leistungserbringung oder eine neue, bisher nicht adressierte Zielgruppe handeln. Insgesamt sechs Prozent halten sich sogar für „radikale Innovatoren“, sind also in allen Bereichen innovativ. Diese Selbsteinschätzung ist tendenziell überzeichnet, gibt aber einen Eindruck des Innovationspotenzials dieser Organisationen.

Innovationshäufigkeit bei jungen Social Businesses



Es sind vor allem Social Businesses, die Social Investments nachfragen. Die **Entwicklung eines Marktes für Social Investments** hängt daher wesentlich von der Entwicklung dieser Organisationen ab.

Eine Studie des Social Entrepreneurship-Centers der WU Wien (SEC) aus dem Jahr 2015¹³ schätzt die **derzeitige Anzahl von Social Businesses** nach der oben ausgeführten Definition vorsichtig auf rund **1.200 bis 2.000 Unternehmen**. Das erscheint auf den ersten Blick angesichts einer Zahl von ca. 330.000 Unternehmen in Österreich als nicht sehr viel, vergleicht man es aber mit den ca. 12.000 klassischen NPO mit zumindest einem Beschäftigten, dann bekommt diese Zahl mehr Gewicht. Dazu kommt noch die **Wachstumsdynamik**, die Social Business aufweist.

13 <http://epub.wu.ac.at/4683>

Die Bandbreite ist sehr groß. Teilweise handelt es sich um junge soziale Start-ups (z.B. Mitglieder des Impact Hub), die als Investees in Frage kommen, teilweise um sozialökonomische Betriebe (Mitglieder von arbeit plus – vormals: Bundesdachverband für Soziale Unternehmen bdv austria); manche dieser Organisationen sind NPO, andere gemeinnützige GmbH (gGmbH). Der Unterschied zwischen der oberen und der unteren Grenze ergibt sich aus der Definition von Markteinkommen: Werden Leistungsverträge mit der öffentlichen Hand als Markteinkommen definiert, so fallen auch viele klassische NPO in die Social Business-Definition, daher die hohe Anzahl von 2.200 Organisationen. Gelten Leistungsverträge nicht als Markteinkommen, reduziert sich die Schätzung auf 1.200 Organisationen. Experten aus den Bereichen Forschung, NPO- und Start-up-Szene bestätigten durchgehend die Plausibilität der Schätzung.

Zukunftsbezogene Schätzungen gehen von etwa **1.300 bis 8.300 Social Businesses im Jahr 2025** aus. Es wird also erwartet, dass sich die Zahl der Organisationen in den nächsten zehn Jahren mindestens verdoppelt. Dazu müssten im Mittel rund 160 neue Organisationen pro Jahr ins Leben gerufen werden. Klar ist: Es werden mehr Organisationen, die sich selbst als Social Business sehen, entstehen. Besonders im Bereich soziale Dienstleistungen wird Wachstumspotenzial erwartet. **Wichtige Felder sind Arbeitsmarkt, Bildung, Gesundheit und Pflege.** Innovative Start-ups mit sozialer Mission sind häufig auch im **Umweltbereich und Green Tech** tätig. Dort gibt es Überschneidungen mit der klassischen Start-up-Szene.

Als bedeutendste Treiber dieser Entwicklung werden **gesellschaftlicher Wertewandel, Veränderungen in der Unternehmenskultur** und eine **veränderte Rolle des Staates** gesehen. Das größte Hemmnis der Entwicklung und gleichzeitig das höchste Potenzial zur Beschleunigung des Wachstums des Social Business-Sektors liegt in den Bereichen Finanzierung und Bildung. **Rechtliche Rahmenbedingungen** sowie die Vernetzung von Social Businesses untereinander und mit anderen Akteuren des Feldes sind ebenfalls Einflussfaktoren der zukünftigen Entwicklung.



Social Investment

SOCIAL INVESTMENT

Unter dem Begriff Social Investment werden **Beiträge zum Gemeinwohl** verstanden, **die von Unternehmen, Einzelpersonen oder Stiftungen geleistet werden**. Der Begriff wird dabei einerseits zur Beschreibung verschiedener betriebswirtschaftlich orientierter Instrumente für gesellschaftliche Investitionen, andererseits auch als sozialpolitisches Konzept verwendet.

Zentraler Gedanke ist dabei, dass Private einen Beitrag zur Finanzierung sozialer Zielsetzungen leisten und eine Rendite daraus beziehen sollen. Diese Rendite versteht sich als „**soziale**“ **Rendite bzw. als Rendite an die Gesellschaft**, in manchen Fällen ist damit auch ein finanzieller Rückfluss an den Sozialinvestor verbunden. Jedenfalls werden damit relevante Beiträge für die Bearbeitung gesellschaftlicher Herausforderung geleistet. Beispiele dafür sind u.a. die Integration von benachteiligten Arbeitnehmern in den Arbeitsmarkt, entwicklungspolitische oder ökologische Zielsetzungen, Beiträge zu Bildung, Ausbildung oder Forschung. Je nach Ausgestaltung der finanziellen und sozialen Rendite können soziale Investments eher den Charakter klassischer Spenden (soziale Rendite gegeben, keine oder geringe finanzielle Rendite) oder den wirtschaftlicher Investitionen haben (soziale und finanzielle Rendite gegeben).

Social Investments ist nicht auf private Akteure beschränkt. Das Konzept ist an den Grenzen zwischen Privat, Staat und dem drittem Sektor und wird von verschiedenen Akteuren getragen. Diese können als Empfänger oder Anbieter von Social Investments auftreten, beispielsweise als „Impact Investing“, „Venture Philanthropy“ (S. 42), oder als Betreiber, Finanziers oder Mittler von Social Impact Bonds (S. 44)



Social Investment im betriebswirtschaftlichen Sinn

Social Investment im engeren betriebswirtschaftlichen Sinn bedeutet **die Bereitstellung von Kapital für gesellschaftliche Zwecke**. Es handelt sich nicht um „klassische“ Investitionen, die vor allem eine finanzielle Rendite erzielen sollen. Stattdessen wird die soziale, positive Wirkung bzw. **soziale Rendite des Investments, in Bezug auf eine gesellschaftliche Herausforderung betrachtet**. Wichtig zur Bestimmung dieser Rendite ist die Messung der jeweiligen Wirkungen. Üblicherweise wird davon ausgegangen, dass soziale Investoren ihr Hauptaugenmerk auf die soziale Rendite legen; sie werden auch als **„impact first“-Investoren** bezeichnet. Investoren, die die soziale Rendite einer finanziellen Rendite gegenüber hintanstellen, gelten als **„financial first“-Investoren**.

Gesellschaftliche Investoren können Stiftungen, Unternehmen oder Beteiligungsgesellschaften, der Staat oder Einzelpersonen sein. Ihre Anzahl wächst seit einigen Jahren. Damit entstehen **neue Finanzierungsformen**, die die Logik klassischer Finanzierungsinstrumente für den sozialen Bereich anpassen und es ermöglichen, in soziale Unternehmen zu investieren. So können diese ihre Ressourcen erweitern, Neues ausprobieren oder Planungssicherheit bekommen. Investoren können Kapital investieren, um ihr Engagement in der Gesellschaft und in Gemeinden auch abseits von klassischer Corporate Social Responsibility (CSR) stärken.

Social Investments können in Form von **Fremdfinanzierung, Eigenkapitalfinanzierung** oder **Quasi-Eigenmittel** getätigt werden. Eigenkapitalbasierte Finanzierungsformen sind bei sozialen Unternehmen noch selten, da diese bis dato aufgrund der rechtlichen Strukturen meist keine Beteiligungen ausstellen oder Gewinne ausschütten dürfen. Eine Alternative bieten Nachrangdarlehen: Rückzahlungen finden nur statt, wenn sie das Bestehen des Unternehmens nicht gefährden. Im Falle einer Insolvenz wird die Investition nachrangig behandelt. Häufig sind Social Investments auch mit Leistungen wie **Beratung und Coaching für die Investees** verbunden.

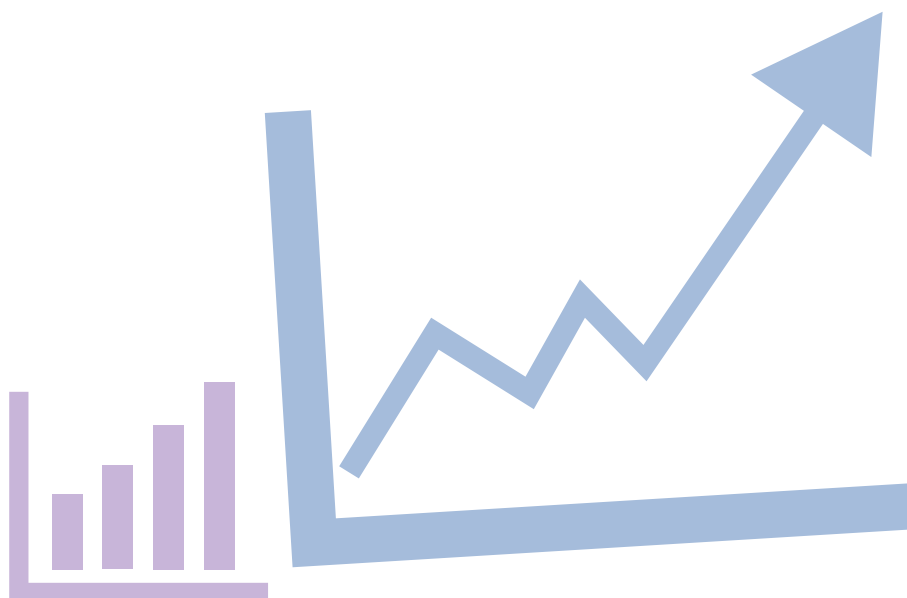
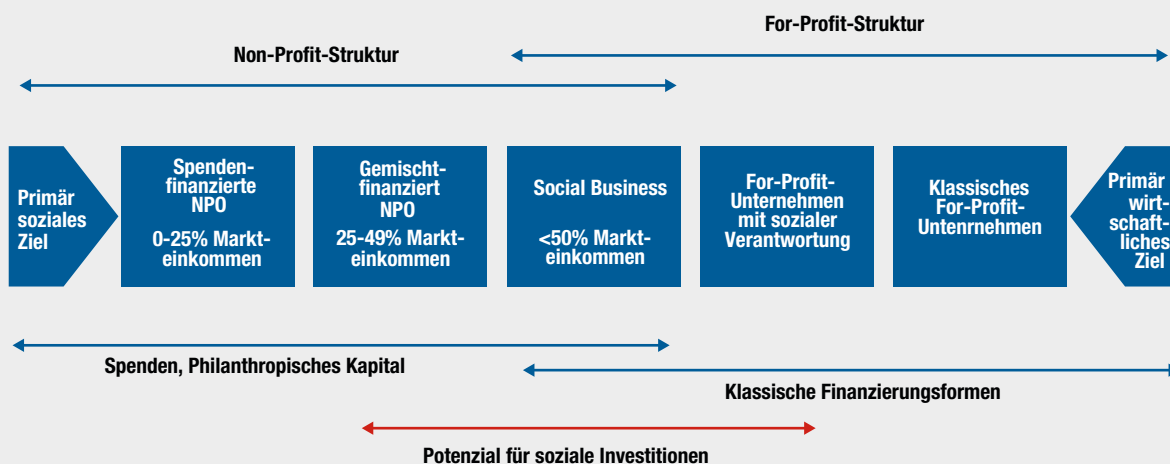
Besonders verbreitet ist Social Investment im angelsächsischen Raum. Der britische Premierminister nutzte die G8-Präsidentschaft Großbritanniens 2013 dazu, das Thema auf eine globale Agenda zu setzen, die Social Impact Investment-Taskforce beschäftigte sich neben der Definition von gesellschaftlichen Investitionen auch mit der Analyse des Marktes und gab Empfehlungen zur Verbesserung der Rahmenbedingungen ab. Die Taskforce zeigte, dass Social Investments – rein quantitativ – an Bedeutung gewinnen. Eine wichtige Rolle spielen Stiftungen, aber auch Unternehmen und Banken setzen immer mehr auf wirkungsorientierte und nachhaltige Investitionen. Mit Eurosif – European Sustainable Investment-Forum – wurde ein europäisches Netzwerk zur Förderung sozialer Investitionen geschaffen.

Im deutschsprachigen Raum ist Social Investment noch ein junges Feld. Erst in den vergangenen Jahren sind auf der Angebotsseite erste **Social Venture Funds** entstanden. Ananda, ein Münchner Social Venture Fund und Bonventure in Deutschland stellen Risikokapital zur Verfügung und unterstützen ihre Portfoliounternehmen mit Coaching und Kontakten. Ihr Investmentfokus liegt dabei primär auf Social Businesses (S. 21).

Vergleichbare Institutionen sind in Österreich im Anfangsstadium. Einige **gemeinnützige Stiftungen** (z.B. ERSTE-Stiftung, Katharina Turnauer Privatstiftung) arbeiten bereits mit einem Social Investment-Ansatz. **Inkubationsprogramme**, wie das vom Impact Hub Vienna unterstützte Investment Ready-Programm, bieten Capacity Building-Programme für Unternehmen und Beratung für soziale Investoren an. Darüber hinaus gibt es in Österreich bisher noch kaum an klassische Finanzierungsformen angelehnte Möglichkeiten zur Finanzierung sozialer Unternehmen oder NPO. Steigender Attraktivität erfreuen sich **Crowdfunding** (S. 43) und auch die Anwendung von **Nachrangdarlehen** zur Finanzierung von sozialen Projekten (S. 43).

Welche Form der Finanzierung geeignet ist, hängt auch vom Investee ab. Klassische NPO sind bezüglich Gewinnausschüttung und Investierbarkeit eingeschränkt, hybride Organisationen wie Social Businesses haben andere Bedürfnisse als For-Profit-Start-ups.

Spektrum Sozialer Investitionen



Social Investment im sozialpolitikwissenschaftlichen Sinn

Der Staat sollte für Social Investment eine zentrale Rolle einnehmen: Er schafft nicht nur die **Rahmenbedingungen** für Private Social Investments, sondern ist nach wie vor **wichtigster Geldgeber** für soziale Ziele. Im sozialpolitischen Kontext wird dieses Konzept bereits seit rund 20 Jahren kontrovers diskutiert.

Befürworter des Social Investment-Ansatzes fordern einen **Wandel vom Wohlfahrtsstaat hin zu einem „Social Investment State“**. Die Grundidee ist, dass im Social Investment State Sozialausgaben nicht mehr als Kosten, sondern als Investition in Human- und Sozialkapital gelten und damit zukünftige Mehrausgaben vermeiden sollen. Viele Maßnahmen „sozialinvestiver Sozialpolitik“ verstehen sich als **präventiv gesetzte Ausgaben** und sind im zeitlichen Umfang begrenzt. Es geht darum, Menschen entsprechend ihrer jeweiligen Bedürfnisse zu bestimmten Zeitpunkten in ihrem Leben zu unterstützen, ihre Fähigkeiten zu entwickeln und einzusetzen. Beispiele dafür sind zeitlich befristete Unterstützungen zur (Re)Integration in den Arbeitsmarkt, frühkindliche Bildung, Familienpolitik und Arbeitsmarktpolitik. Dieses Verständnis von Social Investment wird in Österreich vorwiegend in der Wissenschaft diskutiert. Manche Politikmaßnahmen vor allem im Bereich der aktiven Arbeitsmarktpolitik könnten aber dennoch als Social Investment-Politik gelten.

Von der Europäischen Kommission wird die Social Investment-Perspektive auf Sozialpolitik im Rahmen des Sozialinvestitionspaketes propagiert. **Social Investment-Politik** soll dazu beitragen, die gesetzten Ziele der **Europa 2020-Strategie** zu verwirklichen. Die EU stellt darin auch klar, dass Wohlfahrtsstaaten drei Aufgaben haben: Soziales Investment, soziale Sicherung und die Stabilisierung der wirtschaftlichen Entwicklung. Soziale Inklusion soll durch Social Investment gefördert werden. Die Europäische Kommission will die Mitgliedstaaten dabei unterstützen, vermehrt sozialpolitische Maßnahmen im Sinne des sozialinvestiven Staates umzusetzen.

Laut Kommission ist es aber auch notwendig, öffentliche Ausgaben und Strukturen durch private Investitionen und NPO zu ergänzen. Daher sollen Rahmenbedingungen geschaffen werden, die sozialen Organisationen den Zugang zu privater Finanzierung erleichtern. Damit nehmen Social Investments im engeren Sinne einen wichtigen Platz auf der europäischen Agenda ein.

Ausblick:

Was ist?

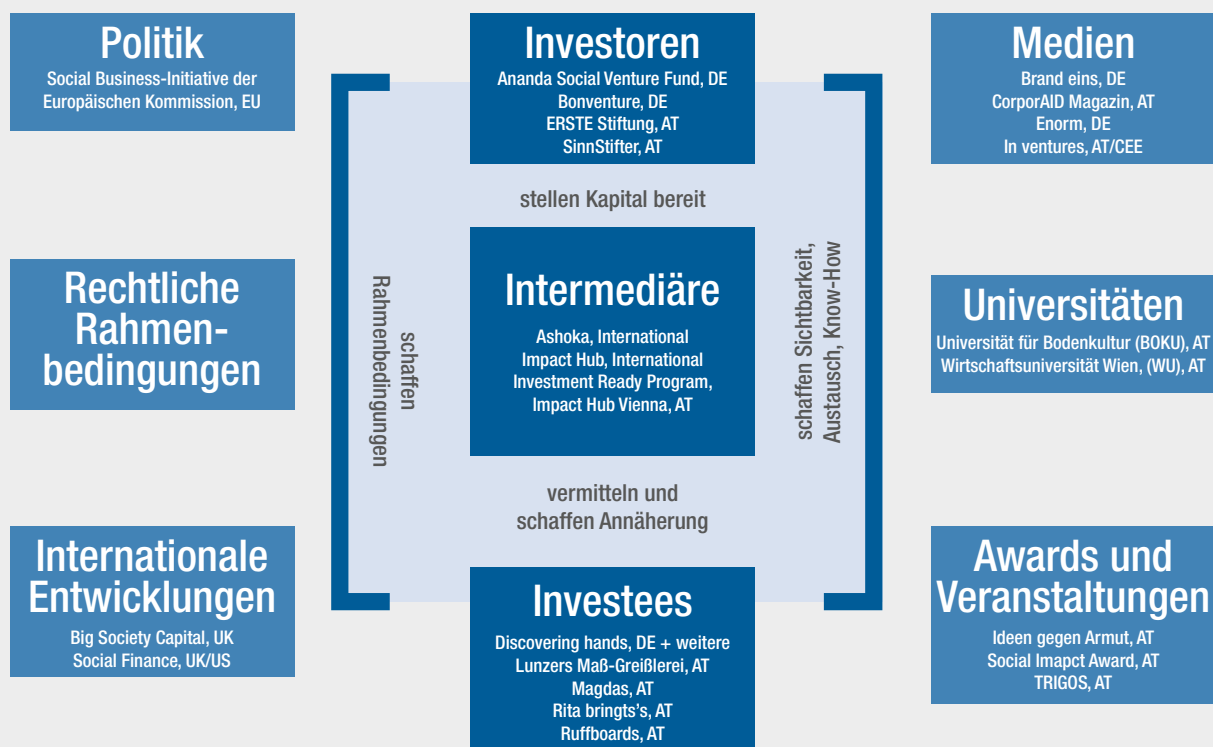
Was kommt?

Was wird benötigt?

AUSBLICK: WAS IST? WAS KOMMT? WAS WIRD BENÖTIGT?

Social Investments können für gesellschaftliche Innovationen nur dann ein etabliertes, anerkanntes Finanzierungs- und Investitionsinstrument werden, wenn ein **geeignetes Umfeld** besteht. Dabei spielen verschiedene Faktoren und die Beteiligung unterschiedlicher Akteure eine Rolle. Sie bilden das **Ökosystem für gesellschaftliche Investitionen**.

Ökosystem gesellschaftlicher Investitionen mit Beispielen von Akteuren



- **Politik:** Zur Schaffung eines günstigen Umfelds gehören geeignete Maßnahmen der Politik und rechtliche Rahmenbedingungen. Die EU ist bereits auf verschiedenen Ebenen aktiv. Einerseits wird das sozialpolitische Verständnis von Social Investment unterstützt, andererseits existieren EU-weite Initiativen zur Förderung von gesellschaftlichen Investitionen. Mit der **Social Business-Initiative** wird seit 2011 explizit darauf aufmerksam gemacht, dass neue, alternative Finanzierungsinstrumente für soziale Unternehmen notwendig sind.
- **Investoren:** Das Matching zwischen Investoren und den Umsetzungspartnern ist wichtig. Mögliche Akteure sind gemeinnützige Stiftungen, deren philanthropisches Handeln eine lange Tradition hat. Neu ist, diese Aktivitäten als Investment zu verstehen. Stiftungen können Anstöße für soziale Innovationen geben, die von anderen Akteuren bzw. dem Staat aufgegriffen und weiterentwickelt werden. Diesen Ansatz verfolgen beispielsweise die SinnStifter¹⁴, ein Verband von derzeit neun österreichischen Privatstiftungen. Dieser will soziale Projekte unbürokratisch durch finanzielle Mittel und Know-how so weit entwickeln, bis es für die öffentliche Hand interessant wird, sie zu übernehmen. Private Investoren und Social Venture Capitalist-Fonds sind in Österreich im Aufbau begriffen.

14 <http://sinn-stifter.org/>

- **Investees:** Vielversprechende Investees sind Social Businesses als Träger gesellschaftlicher Innovation. Sie wissen meist um die Bedeutung eines tragfähigen Geschäftsmodells und suchen bewusst Kontakt zur „klassischen“ Start-up-Szene und Investoren.
- **Intermediäre:** Netzwerke und unterstützende Organisationen sind ein wesentlicher Bestandteil eines förderlichen Umfelds. Sie vernetzen mögliche Partner mit Investoren und setzen sich für Maßnahmen von politischer Seite ein. In Österreich sind die zwei bekanntesten Akteure der Vienna Impact Hub und Ashoka.
 - Der **Impact Hub** ist ein Co-Working Space, Community Center und Support-Netzwerk für soziale Unternehmen und Social Start-Ups in Wien. Verschiedene Inkubations- und Finanzierungsprogramme werden mit Unterstützung des Hub umgesetzt, etwa das Investment Ready Program und Social Impact Start.
 - **Ashoka** ist das weltweit größte Netzwerk von Social Entrepreneurs. Seit 2011 ist Ashoka auch in Österreich und in CEE (Tschechien, Slowakei, Ungarn, Polen) tätig. Jährlich nimmt Ashoka sogenannte Fellows, also einzelne Sozialunternehmerpersönlichkeiten, in sein Förderprogramm auf. Sie werden mit einem dreijährigen Stipendium unterstützt und durch pro bono-Partner gefördert. Bei Ashoka Fellows wird neben dem Innovationsgehalt der Idee auch auf Integrität und die Unternehmerpersönlichkeit Wert gelegt.

Zur Gestaltung des Umfelds tragen auch **Medien** ebenso wie **Universitäten** und Einrichtungen bei, die zum Thema Social Entrepreneurship, Social Innovation und Social Investment forschen. **Awards und Preise** machen die verschiedenen Akteure einer breiteren Öffentlichkeit zugänglich.

- **Universitäten:**
Social Entrepreneurship Education gewinnt an der WU Wien in den vergangenen Jahren viel Aufmerksamkeit, seit Frühjahr 2015 sind alle Aktivitäten zu diesem Thema am Social Entrepreneurship-Center (SEC) gebündelt.
- **Awards und Veranstaltungen:**
Awards haben einen wichtigen Signaleffekt, können Menschen und Unternehmen dazu bewegen, soziale Projekte zu starten und bieten für junge Start-ups vielfach eine wichtige Erstfinanzierung. Darüber hinaus bieten viele von ihnen zusätzlich Coaching, Arbeitsplätze und Netzwerke.

In Österreich sind mehrere positive Entwicklungen zu beobachten, so z.B. im Bereich der Änderung rechtlicher Rahmbedingungen oder bei der Schaffung neuer Finanzierungsinstrumente und Förderungen, die Social Investments ermöglichen:

- Die **Reform des gemeinnützigen Stiftungswesens** könnte einen weiteren Wachstumsschub für Social Investments mit sich bringen. Ab 2016 ist es möglich, in gemeinnützige Stiftungen steuerbegünstigt zu investieren. Die steuerliche Absetzbarkeit wird auf 100.000 Euro pro Jahr, zehn Prozent der Jahreseinkünfte und 500.000 Euro insgesamt beschränkt. Ob davon auch Social Business profitieren kann, wird sich erst zeigen, da die Novelle ein sehr enges Verständnis von Gemeinnützigkeit beibehält.
- Die Wirtschaftsagentur Wien schrieb im Juni 2015 einen **Call explizit für Social Entrepreneurship** im Rahmen der Kreativwirtschaftsförderungsrichtlinie aus. Es handelt sich hier um die erste öffentliche Förderung für Social Entrepreneurship in Österreich. Die Austrian Development Agency ADA startete im Dezember 2015 die **Social Entrepreneurship Challenge**. Mit 1 Mio. Euro fördert die ADA damit Ideen und Potenziale von Social Entrepreneurs für Entwicklungszusammenarbeit.

- Der Rat für Forschung und Technologieentwicklung gab im Juli 2015 eine Empfehlung zu Social Business ab. Empfohlen wurde dabei auch, **eine eigene Rechtsform zu schaffen**, öffentliche Förderungen bereitzustellen sowie die Wirkungsmessung zu verbessern und ggf. einen einheitlichen Reporting-Standard einzuführen. Die Austria Wirtschaftsservice GmbH (aws) engagiert sich ebenso stark im Bereich Social Business.

Diese Bestrebungen folgen **Entwicklungen auf internationaler Ebene**. Die Social Business-Initiative der Europäischen Kommission fördert seit 2011 Vernetzung, Finanzierung und Bewusstseinsbildung für Sozialunternehmen. Das Sozialinvestitionspaket der EU spiegelt dies wider. Die OECD arbeitet mit dem Projekt „Social Investment – Building the Evidence Base“ seit 2015 intensiv an der Quantifizierung von getätigten gesellschaftlichen Investitionen. Damit können Rückschlüsse gezogen werden, welche Rahmenbedingungen zur weiteren Förderung geschaffen werden müssen. Der European Investment Fund (EIF) entwickelt im Rahmen des EaSI Programms Instrumente zur Förderung von Social Entrepreneurship. Dabei werden über die kommenden Jahre Garantien in den Bereichen Mikrofinanz und Social Entrepreneurship verfügbar sein. Ab 2016 sind zusätzlich Fremdkapitalprodukte in denselben Bereichen geplant. Dieses Angebot richtet sich jeweils an Intermediäre, wie regulierte Finanzinstitutionen/Banken aber auch an nicht regulierte Organisationen, wie u.a. Stiftungen.

Viele dieser Entwicklungen schaffen Rahmenbedingungen, die Österreich die nächsten Jahre begleiten werden. Sie tragen zum Aufbau eines Marktes für Social Investments bei. Das ist international und auch in Österreich spürbar: **Das Angebot an gesellschaftlichen Investitionen wächst**. Es entstehen Social Venture Capital-Fonds, Stiftungen investieren vermehrt in Sozialunternehmen und nachhaltige Geldanlagen gewinnen an Popularität. Einer Umfrage zufolge wurden etwa 60 Mrd. US-Dollar an Impact Investments nur von Mitgliedern des Global Impact Investing Networks (GIIN) im Jahr 2014 getätigt. Der Marktbericht des Forums Nachhaltige Geldanlagen zeigt, dass vermehrt Investoren im deutschsprachigen Raum die sozialen und ökologischen Folgen ihrer Investments berücksichtigen. In Österreich gaben zwei der elf befragten Institutionen an, insgesamt 150 Mio. Euro als Impact Investment investiert zu haben. Es handelt sich zwar nur um einen kleinen Teil der insgesamt getätigten Investitionen, die Tendenz ist aber stark steigend.

Auch der österreichische Staat macht von neuen Finanzierungsformen im Bereich des Social Investments Gebrauch und hat im September 2015 den ersten österreichischen **Social Impact Bond** gestartet. Dieser ist auf drei Jahre angelegt und hat als Zielgruppe Frauen und deren Kinder, die von häuslicher Gewalt betroffen sind. Investoren sind österreichische Stiftungen, Projektpartner sind das Gewaltschutzzentrum Oberösterreich und das Frauenhaus Linz, Projektträger das Bundesministerium für Arbeit, Soziales und Konsumentenschutz. Das Projekt wird wissenschaftlich begleitet und laufend evaluiert.

Etwas längere Tradition haben **gesellschaftliche Investitionen in der Entwicklungszusammenarbeit**. Beispielhaft kann hier Oikokredit¹⁵ angeführt werden und auch die Österreichische Entwicklungsbank (OeEB) arbeitet neben Institutionen eng mit privaten Investoren zusammen.

15 <http://www.oikocredit.at/>

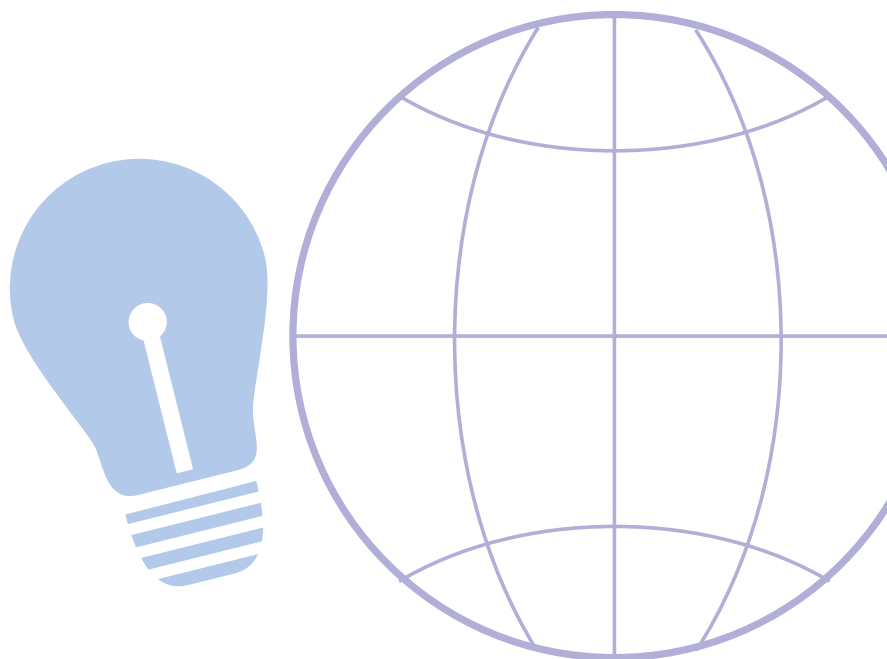
Der **Trend zur Wirkungsmessung bringt für potenzielle Investoren Positives** mit sich. Neben einer besseren Entscheidungsgrundlage für Investments trägt sie dazu bei, sich soziale Auswirkungen von Investitionen bewusst zu machen und eine Vorstellung davon zu bekommen, wie diese aussehen kann. Das wiederum schafft ein Bewusstsein für sozialen und ökologischen Impact, auch abseits der Berücksichtigung externer Effekte.

Auf der Nachfrageseite sind vereinfachte Investitionsmöglichkeiten in Social Businesses wesentlich. Dazu gehören besser geklärte rechtliche Verhältnisse, etwa beim Eigenkapital ebenso wie ein **förderliches Umfeld für Social Entrepreneurship**. Der Prozess der Wirkungsmessung kann dabei zu mehr Reflexion über die eigene Tätigkeit beitragen und die Möglichkeiten der Erfolgsmessung von NPO und Social Business verbessern.

Die Debatte um eine **geeignete Rechtsform für Social Business** steht in Österreich erst am Anfang. Diese hätte verschiedene Vorteile. Start-ups müssten sich nicht entscheiden, ob sie primär ein soziales Ziel verfolgen oder primär gewinnorientiert sind, wodurch ein „mission drift“ weg von der sozialen Ambition verhindert werden könnte. Gleichzeitig gäbe es Rechtssicherheit für alle Stakeholder. Darüber hinaus ist es für Unternehmen, die zumindest in begrenztem Ausmaß auch Gewinne ausschütten dürfen, leichter, Investoren zu finden. Auch die Signalwirkung einer Rechtsform für Social Business wäre Anreiz.

In Großbritannien existiert beispielsweise seit einigen Jahren die Rechtsform der Community Interest Company (CIC). Mitte 2015 gab es bereits rund 10.000 CICs, die Tendenz ist steigend. Das Label „B-Corp“ (Benefit Corporation) aus den USA ist nicht an eine Rechtsform geknüpft, sondern als Zertifizierung gedacht. Ab 2016 wird auch in Österreich die Zertifizierung als B-Corp möglich sein.

All dies deutet darauf hin, dass Social Business und Social Investment zunehmend an Relevanz gewinnen und dazu beitragen kann, soziale und ökologische Herausforderungen im Zusammenspiel von Unternehmenssektor, Staat und Zivilgesellschaft zu bewältigen.



Fazit: Was Social
Innovation für
Gesellschaft und
Wirtschaft bewirkt

FAZIT: WAS SOCIAL INNOVATION FÜR GESELLSCHAFT UND WIRTSCHAFT BEWIRKT

Im Bereich Social Innovation ist einiges in Bewegung und vieles im Entstehen. Mit Social Investments wird **unternehmerisches Potenzial zur Lösung gesellschaftlicher Probleme freigesetzt**. Insgesamt zeigt sich am Beispiel des gemeinnützigen Sektors, dass die Wertschöpfung in diesen Bereichen wirtschaftlich wie gesellschaftlich hoch bedeutsam ist. Investitionen in diesem Sektor schaffen Arbeitsplätze, generieren gesamtwirtschaftliche Wertschöpfung und werden damit zusehends zu einem **relevanten Faktor in punkto Wirtschaftswachstum und Standortsicherung**.

Das Gesundheits- und Sozialwesen sowie das Bildungswesen gehören zu den produktivsten Sektoren der österreichischen Wirtschaft mit hohen Wertschöpfungsmultiplikatoren; in kaum einem anderen Sektor werden durch Nachfragesteigerung mehr Arbeitsplätze geschaffen.

Beschäftigungsmultiplikator im Bereich „Dienstleistungen von Heimen und des Sozialwesens“ = 0,0197. Das heißt: Pro 1 Mio. Euro Endnachfrage nach diesen Dienstleistungen werden 19,7 Vollzeitarbeitsplätze geschaffen.

Wertschöpfungsmultiplikator im Bereich Erziehungs- und Unterrichtsdienstleistungen = 0,9628.

Das heißt: Pro 1 Mio. Euro Endnachfrage nach diesen Dienstleistungen werden 962.800 Euro an zusätzlicher Wertschöpfung generiert.

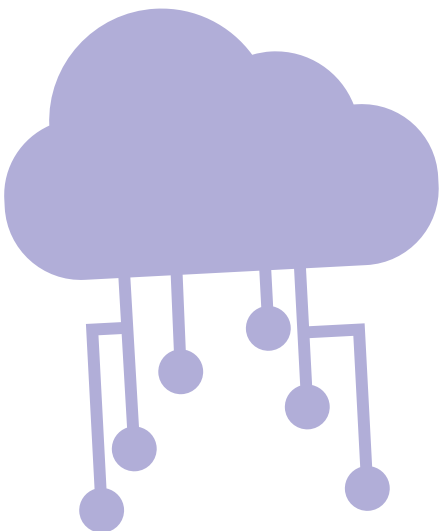
Gerade im **Bildungsbereich** ist der Bedarf an gesellschaftlicher Investition besonders hoch und Social Investments besonders sinnvoll: Bei frühkindlicher Erziehung und Bildung ist die Präventionswirkung besonders hoch, der Staat kann sich hier spätere Mehrausgaben sparen. Erfolgreiche (frühkindliche) Bildungs- und Integrationsprogramme führen später zu niedrigerer Jugendarbeitslosigkeit und einem geringeren Anteil von NEET-Jugendlichen (not in education, employment or training).

Wichtig wird, zu diskutieren, in welchem Ausmaß die finanzielle Beteiligung Privater in Form von Investitionen erfolgen kann. Viele Bereiche der sozialen Sicherung sind wohlfahrtsstaatliche Kernaufgaben. Private Finanzierung kann hier immer nur eine Ergänzung darstellen, wird aber immer wichtiger. Gleichzeitig gibt es viel Potenzial für Investments in Social Start-ups, die neue Ideen und neue Prozesse entwickeln, um gesellschaftliche Bedürfnisse effizienter zu erreichen.

In Österreich werden derzeit die Weichen zur Entwicklung eines **funktionierenden Marktes für Social Investments** gestellt. Die Entwicklungen sind vielversprechend, noch ist aber nicht eindeutig entschieden, ob die Idee von Investitionen Privater in die Gesellschaft positiv angenommen wird und in welche Richtung es gehen kann. Aus dem Blickwinkel der drei Sektoren lassen sich aus heutiger Sicht drei mögliche Entwicklungspfade zeichnen:

- **Wirkungsorientierung und der Bedarf nach gesellschaftlichen Innovationen wird sich auch im öffentlichen Sektor verstärkt verbreiten.** Damit werden Social Investments für private Investoren auch über die direkte Investition in Sozialunternehmen hinaus relevant. Das bedeutet auch eine Lernchance für Unternehmen im Umgang mit diesen Entwicklungen.
- **Das Ökosystem des Social Entrepreneurship wird sich weiter ausdifferenzieren** und damit die Entwicklung eines Markts für Social Investments befördern. Verstanden als Experimental- und Testlabor für die Bereitstellung von Lösungen für gesellschaftliche Herausforderungen werden mit diesen Investitionen potenziell Beiträge generiert, die sowohl für Unternehmen, den öffentlichen Sektor sowie dem klassischen Non-Profit-Sektor Handlungsmöglichkeiten der Übernahme und Verbreitung dieser Lösungen bieten.
- **Die aktuellen und kommenden gesellschaftlichen Herausforderungen** (z.B. Migration, Klimawandel, Wohlstandssicherung und sozialer Zusammenhalt) **werden nicht mehr nur durch die Anstrengungen eines Sektors zu bewältigen sein.** Die Übernahme von Verantwortung sowie vorausschauender Investitionen in die Gesellschaft können einen Beitrag leisten, frühzeitig Lösungen dafür zu identifizieren.

Um gesellschaftliche Innovation anzustoßen und einen Aufbau und eine Weiterentwicklung gesellschaftlicher Investitionen zu ermöglichen, braucht es verschiedene Voraussetzungen: Dazu gehören ein **positiver gesellschaftlicher Diskurs und Abbau von Berührungspunkten zwischen Sozialbereich und privaten Investoren.** Es braucht auch **innovative Ideen** und **unternehmerisch denkende Menschen**, die bereit sind Risiken einzugehen und diese Ideen umzusetzen. Vor allem braucht es aber Investoren, die bereit sind allenfalls auf finanzielle Renditen zu verzichten bzw. gesellschaftlich positive Wirkungen in den Vordergrund zu stellen und auch so gesellschaftliche Verantwortung zu übernehmen.



Glossar:
Konzepte und
Formen
gesellschaftlicher
Investitionen

GLOSSAR: KONZEPTE UND FORMEN GESELLSCHAFTLICHER INVESTITIONEN

Konzepte

Philanthropie

Philanthropie bedeutet wörtlich übersetzt Menschenliebe. In einem weiten Verständnis handelt es sich hier um jede altruistisch motivierte Handlung, in einem engeren Verständnis vorwiegend um Sachleistungen, Spenden etc., für die keine Gegenleistung erwartet wird. Philanthropie ist ein altes Konzept und in allen Weltreligionen und Kulturen enthalten. Das moderne Verständnis von Philanthropie stammt vorwiegend aus dem angelsächsischen Raum und ist oft mit vermögenden Einzelpersonen (high net worth individuals) verbunden, die einen Teil ihres Vermögens dem Gemeinwohl zur Verfügung stellen wollen. Es besteht aber auch – vor allem innerhalb von Privatbanken und Stiftungen – in Europa ein Trend hin zu philanthropischen Vermögensanlagen (siehe auch Venture Philanthropy).

Charity

Charity kommt vom lateinischen Wort Caritas und bedeutet (vor allem im christlichen Kontext) Nächstenliebe. Es meint die Bereitstellung von Hilfe in Form von Zeit-, Sach- oder Geldspenden an Bedürftige und kann sich an Individuen ebenso wie an Organisationen richten. Eine Gegenleistung wird nicht erwartet. Charity war ursprünglich mit religiösen Überzeugungen verbunden, erwies sich aber mit den Ausweitungen der wohlfahrtsstaatlichen Sicherungssysteme als eher unzeitgemäßer Ansatz. Im deutschen Sprachraum ist der Begriff „Charity“ vor allem mit Benefizveranstaltungen verbunden, während beispielsweise in Großbritannien auch Non-Profit-Organisationen (NPO) als „charities“ bezeichnet werden.

Organisationsformen

(Gemeinnützige) Stiftungen

Eine Stiftung ist Vermögen, das vom Stifter einem bestimmten Zweck gewidmet ist. Stiftungen sind in der Regel langfristig orientiert und unabhängig. Sie haben eine lange Tradition, ihre Ursprünge reichen bis ins europäische Mittelalter zurück. Stiftungen spielen eine wichtige Rolle innerhalb der Zivilgesellschaft. Sie verfügen oft über beträchtliches Kapital und können so als Impulsgeber für soziale Innovationen fungieren.

Im internationalen Verständnis sind Stiftungen überwiegend oder ausschließlich gemeinnützigen Zwecken gewidmet. In Deutschland etwa sind rund 95 Prozent aller Stiftungen gemeinnützig. Österreich bildet hier eine Ausnahme: Der größte Teil aller Privatstiftungen ist eigennützig, weniger als 10 Prozent sind gemeinnützig. Von diesen sind die meisten in den Bereichen soziale Dienste, Bildung und Forschung sowie Kultur, Sport und Erholung tätig. Stiftungen sind oft Geldgeber für Social Investment. Mittel werden entweder in die gemeinnützigen Stiftungsaktivitäten investiert, oder der Fokus liegt auf Vermögensverwaltung, bei der ebenfalls eine große Bandbreite an sozialen Überlegungen berücksichtigt werden kann.

Social Venture Funds

Social Venture Funds sind Risikokapital-Investoren, die in soziale Unternehmen und soziale Projekte investieren. Beispiele im deutschsprachigen Raum sind Ananda und Bonventure. Diese beiden Fonds investieren nicht nur Kapital, sondern auch ihr Netzwerk und ihr Know-how. Neben der finanziellen legen sie auch Wert auf die soziale Rendite.

Donor Advised Funds

Donor Advised Funds sind intermediäre Institutionen, die die Verwaltung und Investition von philanthropischen Mitteln administrieren. Es ist möglich, größere Spenden an den Fonds zu überweisen und somit indirekt für Organisationen und Projekte zu spenden. Diese Organisationsform ist vor allem in den USA populär und genießt dort auch steuerliche Vorteile. In Österreich weist die Stiftung Philanthropie Österreich Merkmale eines Donor Advised Funds auf.

Aktivitäten von Unternehmen

Corporate Responsibility

Corporate Responsibility meint die Verantwortung von Unternehmen für ihren Einfluss auf Gesellschaft und Umwelt. Fragen der Unternehmensethik und des nachhaltigen Wirtschaftens spielen hier eine große Rolle. Corporate Responsibility ist in diesem Zusammenhang der Überbegriff für alle Formen unternehmerischen Engagements in Bezug auf soziale und ökologische Nachhaltigkeit und Verantwortung.

Corporate Social Responsibility (CSR)

CSR umschreibt die Aktivitäten von Unternehmen, die zu einer nachhaltigen Entwicklung beitragen sollen. Die Europäische Kommission etwa definiert CSR als die Verantwortung von Unternehmen für deren Wirkung in der Gesellschaft. Wesentlich ist, dass es sich hier um die Kernaktivitäten des Unternehmens handeln muss. Alle über die eigentliche Geschäftstätigkeit und -praxis des Unternehmens hinausgehenden Maßnahmen sind tendenziell Corporate Citizenship zuzurechnen. Vielfach werden auch Strategien und Konzepte unter dem Schlagwort CSR diskutiert, die eher dem größeren Konzept von Corporate Responsibility zuzurechnen sind.

Dieser Umstand spiegelt sich auch in der Tatsache wider, dass in Wissenschaft und Praxis das Verständnis darüber, wie weit CSR geht und wie umfassend es betrieben werden kann, nicht einheitlich ist. Eine Managementstrategie, die Unterstützung von sozialen Projekten oder der Vertrieb von nachhaltig produzierten Produkten können ebenso als CSR gelten wie eine auf soziale und/oder ökologische Nachhaltigkeit ausgerichtete Unternehmensstrategie. Im Kern geht es um die Idee, dass Unternehmen aufgrund ihrer Position und als Teil der Gesellschaft Verantwortung wahrnehmen und finanzielle Interessen mit verantwortungsvollem Handeln kombinieren.

Viele Unternehmen betreiben aktiv CSR und kommunizieren ihre entsprechenden Maßnahmen in verschiedenen Kontexten. Aufgelistet sind diese etwa im CSR-Jahrbuch, das seit 2008 erscheint. Mit dem TRIGOS Award wurde 2003 ein Preis für vorbildliche CSR geschaffen, die Wirtschaftskammer bemüht sich, das Thema bei Klein- und Mittelunternehmen populär zu machen.

Corporate Citizenship

Corporate Citizenship meint bürgerschaftliches Engagement von Unternehmen. Aktivitäten, die über die eigentliche Kernaktivität von Unternehmen hinausgehen, wie etwa Corporate Giving oder Corporate Volunteering, sind dementsprechend als Corporate Citizenship zu verstehen, selbst wenn sie vielfach auch als CSR diskutiert werden.

Instrumente („tools“)

Social Venture Capital

Unter Social Venture Capital werden Formen von Investitionen verstanden, bei denen ein Investor einen Teil der finanziellen Renditen zugunsten einer sozialen und/oder ökologischen Wirkung aufgibt. Social Venture Capital ist der Überbegriff für verschiedene Kapitalformen und Assetklassen, die zur Finanzierung von sozialen oder nachhaltigen Projekten herangezogen werden. Es ist nicht an eine bestimmte Organisationsform gebunden. Während Venture Philanthropy oftmals im Kontext von Stiftungen ansetzt, so wird Social Venture Capital etwa auch von Unternehmen bereitgestellt. Ebenso existieren in verschiedenen Ländern soziale Fonds, die auf vielfältige Weise als soziale Investoren tätig sind.

Socially Responsible Investing (SRI)

Sozial verantwortliche Investitionen sind in den vergangenen Jahren in ihrem quantitativen Ausmaß ein immer wichtigeres Thema im Kontext von Finanzinvestitionen geworden. Es existiert kein Konsens darüber, was unter SRI verstanden werden kann. Breite Definitionen, wie etwa jene des europäischen Netzwerks für Social Investments Eurosif, bezeichnen alle Investitionsformen, bei denen finanzielle Überlegungen mit sozialen und/oder ökologischen Anliegen kombiniert werden. An anderer Stelle wird lediglich die Minimierung negativer Effekte von Investitionen als charakteristisch für SRI angesehen. Sozial verantwortlich zu investieren heißt noch nicht, dass Investoren mögliche finanzielle Renditen zugunsten einer sozialen Wirkung aufgeben, wie das beim Social Impact Investing der Fall ist.

Akteure: z.B. Eurosif, Forum Nachhaltige Geldanlagen

Social Impact Investing

Social Impact Investment ist mit den beiden bereits beschriebenen Formen sozialer Investitionen eng verwandt. Es handelt sich hier grundsätzlich um Investitionen, durch die neben finanzieller Rendite auch soziale und/oder ökologische Wirkung erzielt werden soll. Diese Wirkung, und das ist auch das wesentliche Abgrenzungsmerkmal zu SRI, steht dabei klar im Vordergrund. Impact Investing ist ein sich schnell entwickelnder Bereich. Wesentlich in diesem Zusammenhang ist auch die Idee von Social Impact und Wirkungsmessung.

Akteure: z.B. Bonventure, Ananada

Venture Philanthropy

Venture Philanthropy bietet Venture Capital-Finanzierung für soziale Projekte/Organisationen. Es handelt sich hier um ein Private Equity-ähnliches Finanzierungsinstrument, das im Regelfall auch einen Exit nach einer gewissen Zeit impliziert. Meist sind Stiftungen oder Fonds als Venture Philanthropists tätig. Ihr Engagement beinhaltet eine über das finanzielle Investment hinausgehende Zusammenarbeit zwischen Investor und Organisation. Es handelt sich hier oft um längerfristiges Engagement, Bereitstellung von Know-how, Unterstützung bei der Entwicklung von Organisationsstrukturen etc.

Akteure: z.B. LGT Venture Philanthropy (CH)

Angel Investment

Angel Investoren oder auch Business Angels sind meist Individuen, die in Projekte/Start-Ups investieren. Neben finanziellem Startkapital stellen sie auch Know-how zur Verfügung und begleiten das Unternehmen in der Gründungsphase. Business Angels tragen in der Regel ein hohes finanzielles Risiko. Sie sind zudem nicht nur im sozialen, sondern durchwegs auch im For-Profit-Bereich anzutreffen.

Akteure: z.B. *Austrian Angel Investors Association, New Venture Scouting*

Crowdfunding

Crowdfunding ist ein relativ neues alternatives Instrument zur Finanzierung der Frühphase eines Unternehmens. Charakteristisch ist, dass viele verschiedene Individuen investieren – die „crowd“. Jeder Interessierte kann einen Beitrag leisten und erhält dafür im Normalfall eine Gegenleistung. Mittlerweile existieren zahlreiche Crowdfunding-Plattformen sowohl im deutschsprachigen Raum als auch international. Es können verschiedene Formen von Crowdfunding unterschieden werden: „Donation-based crowdfunding“, das oft im Kontext von sozialen Projekten zum Einsatz kommt und keine direkt zurechenbare finanzielle Gegenleistung beinhaltet; „Reward-based crowdfunding“, das ebenfalls keine finanzielle Gegenleistung impliziert aber z.B. zur Nutzung des Produkts berechtigt; „Lending-based crowdfunding“, das nach der Logik von Mikrokrediten funktioniert und schließlich „Equity-based crowdfunding“, das auch als „crowdinvesting“ bezeichnet wird.

Viele junge, innovative Projekte bedienen sich Crowdfunding-Methoden, um Startkapital zu akquirieren. Es handelt sich also um keine Form, die spezifisch für Social Investments ist.

Im Juni 2015 traten Ergänzungen zum Alternativfinanzierungsgesetz („Crowdfunding-Gesetz“) in Kraft, die die Rechtslage in Bezug auf Crowdfunding abstecken. Die Grenze für die Pflicht zum Kapitalmarktprospekt wird auf 5 Mio. Euro angehoben. Bisher lag diese bei 250.000 Euro. Der Gesetzesentwurf sieht vor, dass zwischen einem Emissionsvolumen zwischen 1 Mio. und 5 Mio. Euro nur ein vereinfachter Prospekt erstellt werden muss. Jeder Investor darf bis zu 5.000 Euro pro Jahr pro Projekt investieren. Bei einem Monatsnettoeinkommen von mehr als 2.500 Euro darf das Zweifache dieses Einkommens veranlagt werden. Alternativ können zehn Prozent des Finanzanlagevermögens veranlagt werden, sollte dieses höher als 5.000 Euro sein. Das Rücktrittsrecht wird entsprechend dem Konsumentenschutzgesetz auf 14 Tage festgesetzt.

Von Unternehmensvertretern und den Start-Ups sowie der Crowdfunding-Szene wird das Gesetz grundsätzlich begrüßt, vor allem in Bezug auf die Einkommensgrenze wird aber noch Verbesserungsbedarf gesehen.

Akteure: *Crowdfunding-Plattformen wie [respekt.net](http://www.respekt.net/), [conda.at](http://www.conda.at/), [greenrocket.com](http://www.greenrocket.com/)*

Nachrangdarlehen

Bei Nachrangdarlehen vergeben die Investoren einen Kredit zum Marktzinssatz. Dieser darf nicht zurückgefordert werden, so lange dies das Bestehen des Unternehmens gefährden würde. Im Falle einer Insolvenz werden Nachrangdarlehen nachrangig behandelt, d.h. im Zweifelsfall bekommt der Investor das investierte Geld nicht zurück. In Österreich verwenden einige Crowdfunding-Plattformen, wie beispielsweise Conda, ein daran angelehntes Modell.

Akteur: *Impact Hub Vienna*

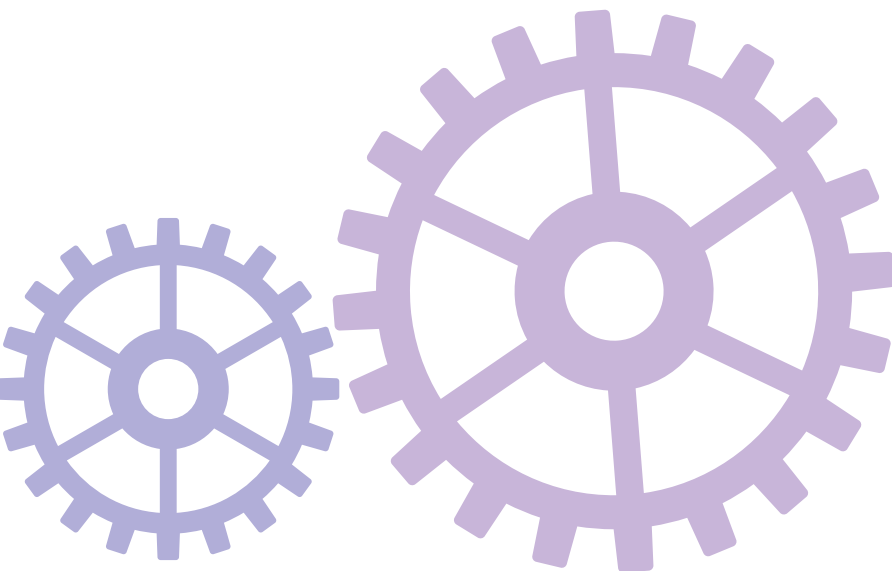
Below Market Rate Loans

Below Market Rate Loans meinen im Normalfall günstige Darlehen oder Kredite mit einem Zinssatz unter dem gängigen Marktzinssatz. Die amerikanische Plattform kiva beispielsweise will Social Entrepreneurs den Zugang zu Finanzierung erleichtern, die mit ihrer Hilfe vergebenen Kredite haben einen Zinssatz nahe oder bei null Prozent.

Social Impact Bond

Social Impact Bonds (SIBs) sind ein neues, ergebnisorientiertes Instrument zur (Vor)Finanzierung sozialer Projekte durch private Investoren. Diese stellen Geld zur Verfügung, der Staat zahlt den investierten Betrag plus Rendite nur bei Erreichung der vorab vereinbarten Ziele zurück. Damit wird das Risiko vom Staat hin zu privaten Investoren verschoben. Aus diesem Grund sind Social Impact Bonds besonders geeignet für Präventivmaßnahmen. Würde der Staat selbst eine Präventivmaßnahme finanzieren, so hätte er im Falle des Scheiterns nicht nur die Kosten für die Maßnahme, sondern auch etwaige Folgekosten zu tragen. Ein SIB soll staatliche Ausgaben nicht ersetzen, sondern ergänzen und zusätzlichen Spielraum schaffen.

An einem Social Impact Bond ist in der Regel auch ein Intermediär beteiligt, der zwischen Staat, Investor und ausführender Organisation („Social Service Provider“, meist eine NPO) vermittelt und für die Verwaltung der eingesetzten Mittel zuständig ist.



Ausgewählte Bibliografie

AUSGEWÄHLTE BIBLIOGRAFIE

- Anderson, T., Curtis, A. & C. Wittig. 2015. Definition and Theory in Social Innovation. ZSI Discussion Paper Nr. 33.
- Anheier, H. K., Schröder, A. & Then, V. 2012. Soziale Investitionen. Interdisziplinäre Perspektiven. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Kollmann (Eds.), Entrepreneurial Marketing: 149-165. Wiesbaden: Gabler.
- Badelt, C., Meyer, M., & Simsa, R. (Eds.). 2007. Handbuch der Non-Profit Organisation: Strukturen und Management. Stuttgart: Schäffer-Poeschel.
- Bertelsmann Stiftung, & Grantcraft. 2009. Orientierung für soziale Investoren. An einem Strang ziehen. Gemeinnützige Kooperationen mit Wirtschaftsunternehmen. Gütersloh.
- Bertelsmann Stiftung, & New Philanthropy Capital. 2009. Orientierung für soziale Investoren: Engagement mit Wirkung. Warum Transparenz über die Wirkungen gemeinnütziger Organisationen wichtig ist. Gütersloh.
- Bishop, M., & Green, M. 2008. Philanthrocapitalism: How the Rich Can Save the World: Bloomsbury Press.
- Choi, D. Y., Gray, E. R., & Carroll, M. A. 2008. What should Investors Know About Social Ventures? The Journal of Private Equity, 11(4): 86-95.
- Ebrahim, A., & Rangan, V. K. 2010. The Limit of Non-Profit Impact: A Contingency Framework for Measuring Social Performance, Harvard Business School Working Papers: Harvard Business School.
- Esping-Andersen, G. 2002. Why We Need a New Welfare State. Oxford/New York: Oxford University Press.
- European Commission. 2013. Social Investment Package. Key facts and figures.
- Fembek, M. 2010. CSR 2011: Jahrbuch für unternehmerische Verantwortung. Wien: KGV-Marketing- und Verlag.
- Friesl, C. 2008. Erfolg und Verantwortung. Die strategische Kraft von Corporate Social Responsibility. Wien: Facultas wuv.
- Giddens, A. 1998. The Third Way. The Renewal of Social Democracy. Cambridge: Polity Press.
- Heister, P. 2010. Finanzierung von Social Entrepreneurship durch Venture Philanthropy und Social Venture Capital. Wiesbaden: Gabler.
- Hochgerner, J. 2013. Social Innovation. In: Carayannis, E. G. et al. (Eds): Encyclopedia of Creativity, Invention, Innovation and Entrepreneurship. New York: Springer, 1678-1686.
- Hoelscher, P., Ebermann, T., & Schlüter, A. (Eds.). 2010. Venture Philanthropy in Theorie und Praxis. (Vol. Maecenata Schriften 7). Stuttgart: Lucius & Lucius.
- Letts, C. W., Ryan, W., & Grossman, A. 1997. Virtuous Capital: What Foundations Can Learn from Venture Capitalists. Harvard Business Review, März-April 36-44.
- Letts, C. W., & Ryan, W. P. 2003. High-Engagement. Stanford Social Innovation Review, 1(1): 26-33.
- Morel, N., Palier, B. and J. Palme (Eds.). 2012. Towards a social investment welfare state? Ideas, policies and challenges. Bristol/Chicago: The Policy Press.
- Mulgan, G. 2006. The Process of Social Innovation. Innovations spring 2006. MIT Press, 145-162.
- Nicholls, A. (Ed.). 2006. Social Entrepreneurship: New Models of Sustainable Change: Oxford University Press.
- Murray, R., Caulier-Grice, J., Mulgan, G. 2010: The Open Book of Social Innovation. London: The Young Foundation.
- Nicholls, A. 2008. The landscape of social investment: A holistic topology of opportunities and challenges. Oxford: Skoll Centre for Social Entrepreneurship.
- OECD. 2015. Social Impact Investment: Building the Evidence Base. OECD Publishing.
- Payton, R. L., & Moody, M. 2008. Understanding Philanthropy: Its Meaning and Mission. Bloomington: Indiana University Press.
- Pepin, J. 2005. Venture capitalists and entrepreneurs become venture philanthropists. International Journal of Non-Profit and Voluntary Sector Marketing, 10(3): 165-173
- Porter, M. E., & Kramer, M. R. 1999. Philanthropy's New Agenda: Creating Value. Harvard Business Review, November/Dezember: 121-130.
- Salamon, L. M. 2014. New Frontiers of Philanthropy. A Guide to the New Tools and Actors Reshaping Global Philanthropy and Social Investing. Oxford/New York: Oxford University Press.
- Sandfort, J. 2008. Using Lessons From Public Affairs to Inform Strategic Philanthropy. Non-Profit and Voluntary Sector Quarterly, 37(3): 537-552.
- Schober, C. & Then, V. 2015. Praxishandbuch Social Return on Investment. Wirkung sozialer Investitionen messen. Stuttgart: Schäffer Poeschel Verlag.
- Vandor, P., Millner, R., Moder, C., Schneider, H., Meyer, M. 2015. Das Potential von Social Business in Österreich. Wien: WU Wien.
- Vandor, P., Hansen, H., Millner, R., Asyamova, A. 2015. What Does it Take to Support a Change Maker? – The Effects of Organizational Maturity, Business Model and Mission Orientation on the Support Needs of Social Entrepreneurs. Available at <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2673077>
- Zapf, W. 1989. Über soziale Innovationen. Soziale Welt 40 (1-2): 170-183.

AUTOREN



MMag. Reinhard Millner

Reinhard Millner ist Mitgründer und Bereichsleiter des Social Entrepreneurship Centers sowie Senior Researcher am Kompetenzzentrum für Non-Profit-Organisationen und Social Entrepreneurship der WU Wien. Er ist weiters Mitglied der Expertengruppe der Europäischen Kommission zum Thema Social Impact Measurement im Rahmen der Social Business-Initiative. Reinhard Millner hat in den vergangenen Jahren zahlreiche Grundlagen- und Auftragsforschungsprojekte entwickelt, durchgeführt und geleitet. Seine Forschungs- und Lehrschwerpunkte liegen in den Themenfeldern Philanthropie und Stiftungen, Social Entrepreneurship, Social Impact Measurement und Non-Profit-Management.



Clara Moder, MSc (WU)

Clara Moder ist Absolventin des Masterstudiums Sozioökonomie der WU Wien und seit 2015 wissenschaftliche Projektmitarbeiterin am Social Entrepreneurship-Center des Kompetenzzentrums für Non-Profit-Organisationen und Social Entrepreneurship. Sie war an einem EU-Projekt zum Impact des dritten Sektors beteiligt und hat im Rahmen des Studiums unter anderem an Projekten zu den Themen Social Entrepreneurship, Arbeitsmarktintegration und Arbeitslosigkeit mitgearbeitet.



Dr. Peter Vador

Peter Vador forscht und lehrt seit 2008 an der WU Wien und betreut den Aufbau des Schwerpunktes „Social Entrepreneurship“ am Kompetenzzentrum für Non-Profit-Organisationen und Social Entrepreneurship. Im Rahmen seiner bisherigen Tätigkeiten konnte er knapp über 45 Kollaborationsprojekte mit Partnern wie CERN, UNDP und der Roland Berger Stiftung durchführen. Seine Forschungsinteressen umfassen die Themen Social Entrepreneurship, Migrant Entrepreneurship und verschiedene Formen der Innovation. Peter Vador ist Gründer und wissenschaftlicher Leiter des Social Impact Award, einem Lernprogramm und Ideenwettbewerb für Studierende in über neun Ländern. Er ist zudem Initiator des ersten Universitätskurses zu Social Entrepreneurship in Österreich, der an der WU mehrfach ausgezeichnet wurde.

IMPRESSUM

Diese Broschüre bietet eine Information zu den Themen Social Innovation, Social Business und Social Investment und dient der Orientierung, Begriffsabgrenzung und als Basis für weitere Auseinandersetzung, erarbeitet vom Social Entrepreneurship Center der WU Wien, der Industriellenvereinigung Österreich und der Industriellenvereinigung Wien.

Medieninhaber und Herausgeber: Vereinigung der Österreichischen Industrie (Industriellenvereinigung), Schwarzenbergplatz 4, 1031 Wien, Tel.: +43 1 711 35 - 0, Fax: +43 1 71135 - 2910, info@iv-newsroom.at, www.iv-net.at
ZVR.: 806801248, LIVR-N.: 00160, EU-Transparenzregister Nr.: 89093924456-06

Vereinszweck gemäß § 2 Statuten: Die Industriellenvereinigung (IV) bezweckt, in Österreich tätige industrielle und im Zusammenhang mit der Industrie stehende Unternehmen sowie deren Eigentümer und Führungskräfte in freier und demokratischer Form zusammenzufassen, ihre Interessen besonders in beruflicher, betrieblicher und wirtschaftlicher Hinsicht auf nationaler, europäischer und internationaler Ebene zu vertreten und wahrzunehmen, industrielle Entwicklungen zu fördern, Rahmenbedingungen für Bestand und Entscheidungsfreiheit des Unternehmertums zu sichern und Verständnis für Fragen der Wirtschafts- und Gesellschaftsordnung zu verbreiten. Die verwendeten Bezeichnungen beziehen sich auf alle Geschlechter gleichermaßen.

Fotos: istockphoto.com/Giili, Jürgen Angel

Für den Inhalt verantwortlich:
Mag. Barbara Coudenhove-Kalergi, MA

AutorInnen:
MMag. Reinhard Millner
Clara Moder, MSc
Dr. Peter Vandor
Social Entrepreneurship Center
NPO & SE Kompetenzzentrum
Wirtschaftsuniversität Wien

Grafik:
Matthias Penz

Wien, im April 2016