

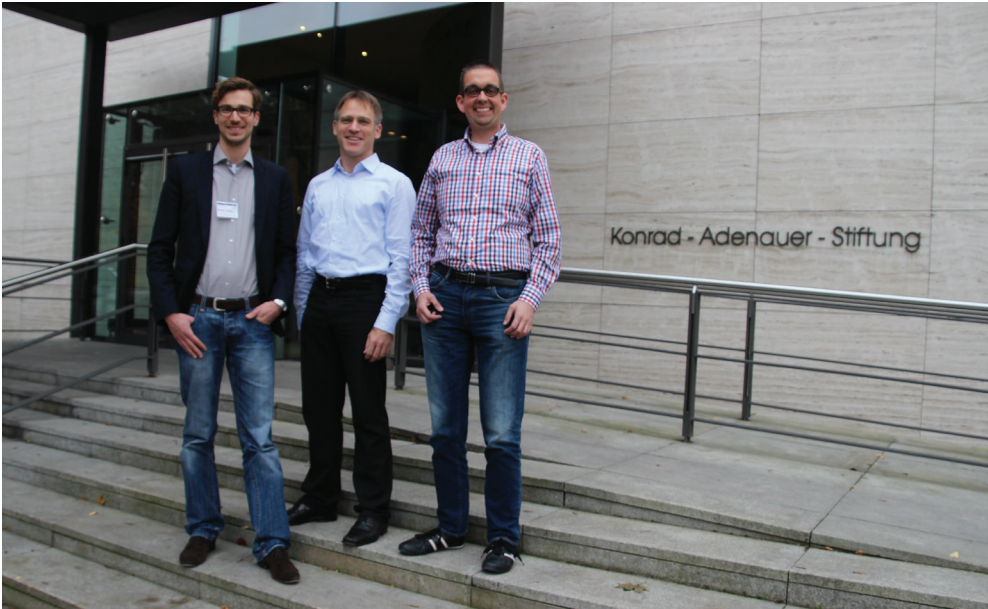


Altstipendiaten
Konrad-Adenauer-Stiftung



Social Entrepreneurship: Let Happiness Happen

*Ein Seminar von Altstipendiaten für Altstipendiaten
der Konrad-Adenauer-Stiftung e.V.
am 21.11.2014 und 22.11.2014 in Berlin*



Die Organisatoren

v.l.: Benjamin Scharf,
Dr. Thomas Juli,
Tobias Clemens.

Foto: Pfeiffer

Let happiness happen: Ein Social Entrepreneurship-Seminar

Seit dem Jahr 2009 besuchen die Altstipendiaten der KONRAD-ADENAUER-STIFTUNG (KAS) jährlich das Open Forum Davos parallel zum Weltwirtschaftsforum Davos im Rahmen eines mehrtägigen Seminars. 2014 haben die Teilnehmer erstmals aktuelle Themen des Forums in einem internen Workshop behandelt und daraus die Themen „Sozialunternehmertum“ und „Happiness Index“ herausgegriffen, um diese bei einem praxisorientierten Seminar der Altstipendiaten weiter zu entwickeln und zugleich diese in die KAS zu tragen. Vorgespräche mit wissenschaftlichen Mitarbeitern hatten ergeben, dass seitens der KAS wegen der Nähe zur sozialen Marktwirtschaft eine hohe Affinität zu beiden Themen gegeben ist.

LUDWIG ERHARD hat bereits 1957 in seinem Buch „Wohlstand für alle“ auf einen entscheidenden Punkt aufmerksam gemacht: „Wir werden sogar mit Sicherheit dahin gelangen, dass zu Recht die Frage gestellt wird, ob es noch immer nützlich und richtig ist, mehr Güter, mehr materiellen Wohlstand zu erzeugen, oder ob es nicht sinnvoll ist, unter Verzichtleistung auf diesen ‚Fortschritt‘ mehr Freizeit, mehr Besinnung, mehr Muße und mehr Erholung zu gewinnen.“

Diese Gedanken aufgreifend wollte unser Seminar folgenden Leitfragen nachgehen:

- ▶ Welche modernen Ansätze zur Messung der Leistung von Volkswirtschaften (z.B. „Happiness Index“) gibt es?
- ▶ Wie sieht gesundes Führen mit Erkenntnissen der Glücksforschung aus?

- ▶ Welchen Beitrag leisten Sozialunternehmer bei der Bewältigung sozialer Herausforderungen?
- ▶ Wie gelingt es sozialen Unternehmern, erprobte Ideen zu skalieren?

Die Veranstaltung in Berlin fand am 21./22.11.2014 unter dem Titel „Social Entrepreneurship: Let Happiness Happen“ statt und richtete sich an interessierte KAS Altstipendiaten aller Fachrichtungen. Wir konnten hochkarätige Referentinnen und Referenten aus der akademischen Welt sowie der Praxis für uns gewinnen und mehr als 40 Teilnehmer aus nah und fern in der Akademie der KAS begrüßen.

» Diese Publikation bietet Einblicke in die Themenfelder Glücksforschung und Sozialunternehmertum.

Diese Publikation dokumentiert die Höhepunkte des Seminars und bietet Ihnen fundierte Einblicke in die Themenfelder Glücksforschung und Sozialunternehmertum. Sie lernen aktuelle Projekte aus dem Social Impact Lab Berlin ebenso kennen wie diejenigen Vorhaben, welche aus dem Kreise der Teilnehmer während des Seminars entwickelt wurden.

Wir wünschen Ihnen eine spannende, erkenntnisreiche und anregende Lektüre!

*Tobias Clemens, Dr. Thomas Juli, Benjamin Scharf
(Organisationsteam)*

PROF. DR. KARLHEINZ RUCKRIEGEL

Glücksforschung: Erkenntnisse und Konsequenzen

„Das letztendliche Ziel der Ökonomik ist natürlich,
zu verstehen was Wohlbefinden ausmacht
und wie es erhöht bzw. verbessert werden kann.“

BEN BERNANKE IM JAHR 2012
(BIS ENDE JANUAR 2014 CHEF DER US FEDERAL RESERVE)

Die Ergebnisse der interdisziplinären Glücksforschung sind gerade dabei, eine Epochenwende herbeizuführen: weg vom Denken in Kategorien des Wirtschaftswachstums, hin zum Denken in den Kategorien eines „besseren Lebens“. Es geht nicht mehr um eine Erhöhung des Einkommens, sondern um eine Steigerung der Lebensqualität, die zu einer Erhöhung des subjektiven Wohlbefindens führt, und beides sind zwei ganz verschiedene Dinge: Mehr Einkommen macht uns (nicht mehr) glücklich(er).

Der Vortrag beschäftigte sich mit der Frage, wie „Glück und Zufriedenheit“ (Subjektives Wohlbefinden) gemessen wird, was unsere „Glücksfaktoren“ sind, was uns Glückseligkeit und Zufriedenheit bringt, wie der Zusammenhang zwischen Wirtschaftswachstum und Zufriedenheit ist und was die Erkenntnisse der Glücksforschung für den Einzelnen, die Unternehmen/Behörden und die Politik bedeuten.

Politik und Unternehmen sind gefordert

Politik und Unternehmen sind aufgefordert, die Voraussetzungen für ein gelingendes Leben zu verbessern. Bei der Politik geht es um einen Übergang zu einem breiteren Indikatoren-bzw. Zielsystem, das letztlich direkt darauf zielt,

über Verbesserungen bei Bildung, Gesundheit, Arbeit, etc. (siehe hierzu im Einzelnen etwa den Better-Life-Index der OECD) zu mehr Wohlbefinden zu kommen. Unternehmen können (besser müssen vor dem Hintergrund der demografischen Entwicklung) maßgeblich an der Art der Personalführung (hier geht es ganz grundlegend um Führungsethik in Sinne der „Goldenen Regel“ und um soziale Kompetenz), der Arbeitsplatzgestaltung und einer lebhaften Work-Life-Balance arbeiten.

» *„Glück ist kein Geschenk der Götter,
es ist die Frucht einer inneren
Einstellung.“*

ERICH FROMM

Literatur: Karlheinz Ruckriegel / Günter Niklewski / Andreas Haupt: *Gesundes Führen mit Erkenntnissen der Glücksforschung*, Haufe-Verlag, Freiburg 2014.

Internet: Informationen rund um die interdisziplinäre Glücksforschung finden sich auch auf www.ruckriegel.org

Der Glücksforscher

Prof. Dr. Karlheinz Ruckriegel lehrt Volkswirtschaftslehre an der TH Nürnberg. Seine Arbeitsschwerpunkte liegen im Bereich Makroökonomik, insbesondere Geld- und Währungspolitik, Verhaltensökonomik (Behavioral Economics) und der interdisziplinären Glücksforschung.

Er ist beratend und als Vortragender bei Unternehmen und in der Politik tätig.

Foto: Pfeiffer



About Prof. Muhammed Yunus and Social Business



Der Unternehmer

Sieben Jahre lang erlebte Hans Reitz das einfache und arme Leben in Südindien. 1994 gründete er die erfolgreiche Event- und Kreativagentur CIRC. Nebenbei engagiert er sich schon immer im Bereich Social Business: u.a. eröffnete er 2004 die nachhaltige Kaffeehauskette PERFECT DAY. 2008 gründete er in Zusammenarbeit mit Prof. Yunus das GRAMEEN CREATIVE LAB in Wiesbaden.

Foto: Lay

On October 16, 2006, the Norwegian Nobel Committee announced that it would award the Nobel Peace Prize jointly to Professor MUHAMMAD YUNUS and Grameen Bank “for their efforts to create economic and social development from below.” At that time, Professor Yunus had led the charge for micro-credit since 1975, arguing that poverty was an artificial creation that can be wholly eliminated through human endeavour. The Committee commended Professor Yunus, stating, “Lasting peace cannot be achieved unless large population groups find ways in which to break out of poverty. Microcredit is one of such means. Development from below also serves to advance democracy and human rights.”

That December, Professor Yunus travelled to Oslo to receive his award along with nine women from the villages of Bangladesh elected to represent Grameen Bank. Professor Ole Danbolt Mjøs, Chairman of the Norwegian Nobel Committee, said that this award focused attention on three increasingly important topics: engagement with the Muslim world, female empowerment and the fight for social and economic development. In fact, he said, “the struggle against poverty is work for peace of the first order.”

Decent lives must be possible for everyone

In his Nobel Lecture, Professor Yunus discussed the background of Grameen Bank as well as the future of poverty. He claimed that poverty is a threat to peace and confronting poverty is a fight for human rights. A stable peace, he said, must involve opportunities for people to live decent lives. While free market capitalism calls for one-dimensio-

nal profit-maximization, Professor Yunus promoted Social Businesses whose primary goal is to look for solutions to solve social problems. Human beings are infinitely creative and capable, and in the future, he predicts, poverty will only be remembered in museums. “I firmly believe that we can create a poverty-free world if we collectively believe in it,” he said.

» *“A charity dollar has only one life. A Social Business dollar has endless life.”*
PROF. MUHAMMAD YUNUS

A Social Business (SB) is a company created for social benefit rather than private profit. Like an NGO, it has a social or environmental mission, but like a business, it generates its own revenues to cover its costs. Investors may recoup their investment. All profits are reinvested for growth and innovation, or to seed new Social Business ventures. Social Business aims to expand the current capitalist model by focusing on goals that serve society at large rather than personal profit. Financial sustainability is only a constraint to reach the social aim rather than an end in itself. Since SBs need to compete in the free market to provide their goods or services, they are inherently efficient in serving their social goal.

The success of Grameen Bank demonstrated the financial viability of a business serving the needs of the poorest of the poor. Professor Yunus has since turned his mind to ap-

plying the same principle to a wider range of essential goods and services for the poor. Whenever he saw a problem, he created a business to solve this problem. Over the years, over 40 SBs and other organisations were created under the Grameen and Yunus name in Bangladesh in fields ranging from renewable energy, nutrition, healthcare, agriculture, job creation, water, etc. Over the last few years, large corporates including Danone Foods, Veolia Water, Intel, BASF, Uniqlo, Yukiguni Maitake and Felissimo, etc. have become interested in Social Business joint ventures with Grameen. While most of the SBs share the 'Grameen' and 'Yunus' name, the organisations are wholly independent from each other and Grameen Bank.

A global Social Business movement

Started in Bangladesh, the Social Business movement has become global, receiving recognition from the UN, European Commission and several countries, including Haiti and Albania that have adopted Social Business specifically into their development agenda. The movement has also developed an extensive network of university partnerships across the world including University of Kyushu, HEC, European Business School, etc. Several largest scale Social Business initiatives have been founded in recent years, including in Haiti, Columbia, Albania, India and are underway in Tunisia, Togo and Brazil. Annually, the global Social Business community convenes at the Global Social Business Summit.

Internet: Ausführliche Informationen über das Grameen Creative Lab finden Sie unter www.grameencreativelab.com

Projektbeispiele



perfect day

Bei der Kaffeehauskette PERFECT DAY geht es nicht nur um einfachen Kaffee. Die Bohnen werden mit allergrößter Sorgfalt ausgewählt und kommen aus Südindien. Die Zubereitung erfolgt traditionell. Derzeit kann man diesen perfekten Kaffee in den PERFECT DAY Standorten in Wiesbaden und im Frankfurter Flughafen genießen.



Lalaland

Das LALALAND ist ein Social Business und wurde ins Leben gerufen, um Familien einen Ort zu geben, an dem Kinder fantastische Geschichten erleben können. Die Inspiration zum LALALAND entspringt der kreativen Fähigkeit eines jeden Menschen: der Fantasie. So gehört das LALALAND Café jetzt schon zu den liebevollsten Orten in Wiesbaden. Mit seinen fantasievollen Geschichten und den PERFECT DAY Kaffeespezialitäten ist es ein Genuss für alle Sinne.

Ein Statement von ...

Hans Reitz

"Social Business ist mir angeboren"



Eigentlich ist Hans Reitz kaum zu bremsen. Kein Wunder: Social Business ist sein Antrieb. In der Kaffeepause des Seminars hielt er trotzdem kurz inne:

„Es ist mir angeboren oder ist in mir drin. Man unternimmt etwas und hat gleichzeitig einen gesellschaftlichen Sinn dahinter. Die Projekte, die wir machen, tragen alle eine ganz bestimmte DNA. Es ist das Framework

des Social Business, das inspiriert und niedergeschrieben ist von Professor Yunus aus Bangladesh.

Wir promoten die Idee des Social Business. Wir haben viele verschiedene Kongresse. Wir machen ein European Social Business Forum und ein Global Social Business Summit.

Und gleichzeitig haben wir in Wiesbaden die Social Business City. Eine

Straße, die heißt Friedrichstraße. Und dort haben wir beispielsweise das LALALAND, ein wunderschöner, liebevoller, spielerischer Platz für Mütter und Kinder. Und gleichzeitig haben wir auch noch das PERFECT DAY.

Wir sind eine Gruppe von verschiedenen Leuten, die das Thema Social Business in Wiesbaden verankern.“

Aufgezeichnet von Marcus Pfeiffer.

Zu Besuch im Berliner Social Impact Lab



Das Ideenlabor

Die SOCIAL IMPACT GMBH wurde 1994 gegründet. Seit mehreren Jahren konzentriert sich das gemeinnützige Unternehmen auf die Entwicklung einer Infrastruktur von sozialen Innovationen. Im Mittelpunkt des Angebots steht die Unterstützung von Social Start Ups. Im Social Impact Lab können soziale Unternehmer arbeiten und erhalten erfahrene Unterstützung. Weitere Angebote sind das Stipendienprogramm Social Impact Start, die Beratung Social Impact Consult, das Online-Tool Social Impact Net, die Unterstützung regionaler Initiativen durch Social Impact Local und die Finanzierungsplattform Social Impact Finance. Während des Seminars besichtigten die Teilnehmer das Social Impact Lab. Dabei trafen sie auf Geschäftsführer Norbert Kunz und berieten drei Gründer.

Fotos (2): Lay



Projekt 1

bonsum.de:

Die Suchmaschine für nachhaltige Einkäufe



Foto: Pfeiffer

Michael Weber (31) studierte Betriebswirtschaftslehre in London, Paris und Berlin. Aus seiner Leidenschaft für verantwortlichen Umgang mit Ressourcen heraus gründete er BONSUM. Dahinter steckt die Idee einer Einkaufsplattform im Internet, die nachhaltiges Einkaufen belohnt und die Welt damit ein bisschen besser zu macht.



Die Startseite von bonsum.de.

Screenshot: 12.01.2015

Die Frage(n) der Gründer:

Wie wirkt unsere Internetseite auf Sie? / Was können wir noch verbessern?

Der Rat der Seminarteilnehmer:

Die Internetseite ist klar und deutlich aufgebaut. Icons könnten die Bedienung vereinfachen. Der Claim „shopping for better world“ ist gut. „Shopping for a better world“ würde die Idee aber prägnanter wiederspiegeln. Er sollte sich zentral auf der Startseite wiederfinden.

Was ist seitdem passiert?:

Die Website wurde gemäß der Verbesserungsvorschläge überarbeitet: u. a. wurde der Claim „Shopping for a better world“ auf der Startseite eingefügt. „Die Claim-Änderung hat unsere Seite deutlich nach vorne gebracht“, so Michael Weber. „Unmittelbar nach der Änderung stieg die Zahl der Bestellungen und die Verweildauer auf der Seite: Der Input war sehr wertvoll für uns.“

Projekt 2

Gelebte Integration: Über den Tellerand kochen für mehr „Wir“



Foto: Pfeiffer

Lisa Nastasia Thaens (24, links) studierte International Business. Sie kochte schon in Ecuador mit Einheimischen aus dem Dschungel. Lisa Wegst (27, rechts) studierte Sozialmanagement und Managing for Non-Profit-Organizations. Erste Kontakte mit Flüchtlingen hatte sie 2008 in Johannesburg, Südafrika. Sie trafen sich bei ÜBER DEN TELLERRAND KOCHEN, einem Sozialunternehmen, das bereits seit Oktober 2013 existiert. Hier kochen Flüchtlinge und Einheimische gemeinsam.

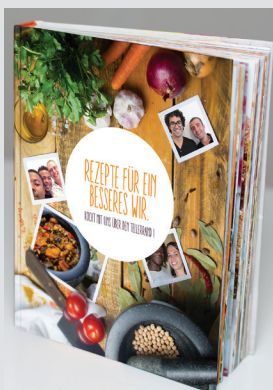
Die Frage(n) der Gründer:

Wie sollten wir uns strategisch ausrichten? / Sollen wir nur in Berlin arbeiten? / Wo können wir künftig kochen?

Der Rat der Seminarteilnehmer:

Der Mehrwert des Projektes liegt in der Integration und im Miteinander. Das Team könnte aus ÜBER DEN TELLERRAND KOCHEN einen Verein machen. Bei der Wahl der Strategie kommen hybride und nicht-hybride Strategien in Betracht. Ein Strategie-Workshop könnte weiterhelfen. Wir können Kochmöglichkeiten vermitteln.

Was ist seitdem passiert?:



„Wir sind jetzt ein Verein und erarbeiten von Berlin aus unsere neue Strategie“, berichtet Thaens. „Slow-food Regensburg hat unser Konzept erfolgreich übernommen. Gerade suchen wir nach neuen Küchen.“

Kochbuch: „Rezepte für ein besseres Wir“, ISBN: 978-3957600028

Foto: Verein

Projekt 3

Humancredit: Datenkontrolle und gute Werbung



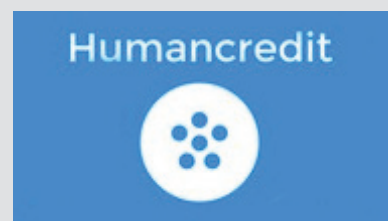
Foto: Pfeiffer

Georgi Musev (45) kommt aus Sofia, Bulgarien. Mehr als 20 Jahre hat er in Berlin als Architekt gearbeitet. Vor acht Jahren wechselte er dann in die Kommunikationsbranche. Die HUMANCREDIT gGmbH gründete er 2014 mithilfe von Freunden und Unterstützern. Das Berliner Unternehmen möchte eine Plattform schaffen, auf der sich Internetnutzer gezielt für ihre gewünschte Werbung entscheiden können. Die Werbeentgelte sollen der Allgemeinheit zu Gute kommen.

Die Frage(n) des

Gründers:

Sollte ich die gGmbH in eine GmbH umwandeln?



Der Rat der Seminarteilnehmer:

Die Umwandlung in eine GmbH hat Vorteile. Die Rechtsform einer gemeinnützigen Gesellschaft mit begrenzter Haftung (gGmbH) genießt allerdings eine hohe Glaubwürdigkeit - ein entscheidender Faktor, wenn es um den Umgang mit Daten geht. Daher geben wir die klare Empfehlung bei einer gGmbH zu bleiben. Vielleicht ist auch ein Hybrid beider Rechtsformen möglich.

Was ist seitdem passiert?:

„Ich habe mich an die Empfehlung der Seminarteilnehmer gehalten“, sagt Musev. „Es bleibt bei der Rechtsform einer gGmbH.“ Besonders hilfreich seien die Kontakte, die Musev dank der Altstipendiaten aufbauen konnte. „Zum Beispiel konnte ich das Konzept von HUMANCREDIT beim Deutschen Markenverband vorstellen. Diesen Kontakt hat mir Altstipendiat Christian Köhler vermittelt.“

Zusammenstellung: Marcus Pfeiffer

Social Entrepreneurship in Großbritannien: Einsichten und Inspiration für Deutschland



Die Social Enterprise Expertin

Dr. Inge Hill ist Senior Lecturer in Strategy und Entrepreneurship in Birmingham. Als Expertin für Social Enterprise und Social Impact berät sie Sozialunternehmen, die öffentliche Hand und Unternehmen der Privatwirtschaft. Seit 2009 ist sie im Beirat des Social Return on Investment Netzwerkes. Für die Entwicklung von Social Impact Services gewann sie einen Preis der Aston University.

Foto: Lay

Der Vortrag vermittelte Einsichten in diejenigen politischen und ökonomischen Instrumente, die in den letzten zehn Jahren von den beiden großen politischen Parteien in Großbritannien eingesetzt wurden, um die Gründung, Entwicklung und das Wachstum von Social Enterprise zu inspirieren und zu unterstützen. Er zeigte mögliche Aspekte auf, die unter Anpassung an die deutschen Rahmenbedingungen zur Übernahme in Deutschland interessant sein könnten. Ich behalte im Folgenden den englischen Begriff „Social Enterprise“ bei, da die Assoziationen wie auch die Bedeutung von Sozialunternehmertum und Sozialunternehmen im deutschen Sprachraum zu eng gefasst sind.

Innerhalb eines angedeuteten theoretischen Rahmens von allokativen und autoritativen Ressourcen (Anthony Giddens, 2010) diskutierte der Vortrag die folgenden Thesen:

Die Social Enterprise als Weiterentwicklung der Sozialen Marktwirtschaft

Angesichts der Finanzkrise kann Social Enterprise ein positiver Faktor zur notwendigen gesellschaftlichen Umgestaltung sein, die geringer werdenden öffentlichen und privaten Ressourcen anders einzusetzen und die sozio-ökonomischen Ergebnisse zu optimieren. Ein Anstieg der Anzahl von Social Enterprises kann zur Weiterentwicklung

der sozialen Marktwirtschaft und - wenn sinnvoll angelegt - zu einer besseren und gesünderen Gesellschaft beitragen. Neben dem Privatsektor und der öffentlichen Hand ist der dritte Sektor Teil des Kontinuums vom rein gewinnorientierten Unternehmen, das die Gewinne zur Eigennutzung abschöpft, bis hin zum Wohlfahrtsverband, der ausschließlich gesellschaftsorientiert und gemeinnützig alle Gewinne zur Verbesserung der Gesellschaft verwendet.

» *Die deutsche Regierung könnte mehr Social Entrepreneurship ermöglichen.*

Angesichts der großen finanziellen Herausforderungen können Regierungen als Vorbild dienen und als Gesetzgeber und Wirtschaftsunternehmer ihre Rolle besser nutzen. In diesem Zusammenhang könnte sie Rahmenbedingungen schaffen, die mehr Social Entrepreneurship ermöglichen und sicherstellen, dass dieses auch eine Rolle in der weiteren Wertschöpfung spielt, nicht nur im Sozialwesen. Konkret heißt das, dass bei Ausschreibungen und Auftrags-

vergaben die realen sozialen Auswirkungen von ökonomischem Handeln berücksichtigt werden sollten, so wie es der Social Value Act 2013 in Großbritannien vorsieht (als Kann-Vorschrift). Die ökonomischen Bedingungen des 20. Und 21. Jahrhunderts machen Veränderungen jenseits von ideologischen und parteipolitischen Scheuklappen erforderlich.

Der Vortrag arbeitete am Beispiel Großbritannien heraus, wie die öffentliche Hand vorbildhaft handeln kann. Als autoritative Ressourcen wurden regulative Maßnahmen zusammengefasst, die einen Handlungsrahmen setzen und damit sozialunternehmerische Handlungen der BürgerInnen ermöglichen, aber auch begrenzen. Der Vortrag stellte zwei Beispiele besonders heraus:

- ▶ **Zusätzliche Rechtsformen für Sozialunternehmen** wie zum Beispiel die Community Interest Company (CIC), die eine Vermögenswertesperre festlegt und eine geringe Gewinnabschöpfung für Anteilseigner ermöglicht.
- ▶ **Social Value Act 2013** – ein Gesetz, das die öffentliche Hand zur Berücksichtigung des sozialen Werts auffordert.

Dienstleistungen, die die Lebensbedingungen verbessern sollen

Als Kann-Vorschrift legt dieses Gesetz fest, wie die öffentliche Hand Rechenschaft ablegen sollte, wie die Dienstleistungen, die sie einkauft, die sozialen und umweltbezogenen Lebensbedingungen verbessern (zum Beispiel, indem sie das Wohlbefinden einer Kommune erhöhen). Zu den Verpflichtungen der öffentlichen Hand gehören, den sozialen Wert vor der Ausschreibung eines Dienstleistungsdesigns einzubeziehen und Akteure zu konsultieren, sollte es möglich ist. Dabei handelt es sich aber lediglich um eine Empfehlung für Ausschreibungen von Dienstleistungen, die einen Wert von mehr als 180.000 Euro haben. Bei Verträgen, in denen Güter und Dienstleistungen angeboten werden, müssen die Dienstleistungen im Vertragswert dominieren. Die Praxis in einigen Kommunen hat gezeigt, dass freiwillig auch geringerwertige Verträge mit der Einbeziehung von sozialem Beitrag und Wert angegangen werden.

Als allokativen Ressourcen wurden Maßnahmen zusammengefasst, die Zugang zu Geld und Investitionen, Training, Information und Kontaktnetzwerken, Mentoring und Vermögenswerte (Gebäudenutzung und Gebäudeerwerb) speziell für Social Enterprise ermöglichen.

Neue Einsichten für Deutschland

Detaillierter diskutierte der Vortrag:

- ▶ **Strategien zum Vermögenswertstransfer (Asset transfer):** Die Übertragung von Management und / oder Eigentum an unter- bzw. nicht genutzten Land und Gebäuden im Besitz der öffentlichen Hand (meistens im Besitz von Lokalregierungen / Städten, Gemeinden) an Gruppen von BürgerInnen oder gemeinnützige Organisationen (oftmals zu diesem Zweck geformt), die als Aufgabe der Lokalentwicklung wahrgenommen wird.
- ▶ **Das Anforderungs-/Versorgungsrecht für Dienstleistungen (Right to Request, Right to Provide),** das Angestellten und BürgerInnen durch die Gründung von Social Enterprise erlaubt, diese Dienstleistungen effektiver und oftmals kostengünstiger abzuwickeln.

In Deutschland können Kommunen und die öffentliche Hand neue Einsichten gewinnen, wenn sie sich den sozialen Effekt (Social Impact) ihrer Dienstleistungen anschauen und überlegen, ob Social Enterprise mit demselben oder weniger Geld bessere Ergebnisse erzielen können. Über diese Outputs hinaus haben die Dienstleistungen noch weitere, langanhaltende Auswirkungen – sowohl auf die Rezipienten als auch auf die in Social Enterprise arbeitenden Angestellten, die ebenfalls berücksichtigt werden müssen. Mit diesem weiteren Blick kann die nachhaltige gesellschaftsgestaltende Kraft von Social Enterprise zum Wohl und Gewinn aller Beteiligten besser erfasst und ausgeschöpft werden.

Internet: Informationen über Dr. Inge Hills Projekt „Social Impact Developer“ sind zu finden unter www.socialimpactdeveloper.co.uk

Kontakt: Per Mail an inge.hill@kasconnect.de

Ein Statement von ... **Dr. Inge Hill**

"Ich bin leidenschaftliche Verfechterin von sozialer Gerechtigkeit"

Social Entrepreneurship spielt Seine immer wichtigere Rolle:

„Sozialunternehmen haben eine immer größere Bedeutung für die britische Wirtschaft. 2013 gab es 70.000

Sozialunternehmen. Heute werden es schon einige mehr sein. Diese Social Enterprises beleben die Lokalwirtschaft und schaffen Arbeitsplätze

Aufgezeichnet von Marcus Pfeiffer.



Der MVP-Baukasten: Ideen in erfolgreiche Projekte wandeln



Dr. Thomas Juli stellt den MVP-Baukasten vor. Foto: Lay

1. Der MVP für Euer Projekt: Motivation, Vision, Projekt

Motivation:

- i. Was ist das eigentliche Problem? Warum oder inwiefern ist es wichtig?
- ii. Wer oder was ist vom Problem beeinträchtigt? Warum oder inwiefern?
- iii. Was passiert, wenn nichts passiert? Warum oder inwiefern?

Vision:

- i. Was ist der ideale Zustand als Gegenpol zum identifizierten Problem? Warum?
- ii. Wem nutzt es? Warum?
- iii. Welchen Mehrwert oder Nutzen können wir erwarten? Warum?

Projekt:

- i. Was konkret wollt Ihr mit Eurem Projekt erreichen?
- ii. Was bedeutet „Projekterfolg“ für Euer Projekt?
- iii. Was sind die nächsten konkreten Schritte?

2. Eure persönlichen MVPs, jeder für sich

- i. Was treibt Dich an, was motiviert Dich?
- ii. Was macht Dich glücklich?
- iii. Warum willst Du im Projekt mitarbeiten?

3. Der Team-MVP - Weckt die Leidenschaft im Team

4. Handelt

Schaut Euch den MVP Eures Projektes an. Passt ihn ggf. an, um die persönlichen MVPs und die des Teams zu berücksichtigen und einzubauen. Dann handelt.

Internet: Mehr unter <http://www.motivate2b.com/?s=mvp>

Kontakt: Per Mail an thomas.juli@kasconnect.de



Die Projektarbeit

„From ideas to action“: In Kleingruppen machen sich die Teilnehmer an die Umsetzung ihrer Eindrücke und Ideen. Gemeinsam erarbeiten sie realisierbare Konzepte, die sie anschließend im Plenum präsentieren.

Fotos (3): Lay

OUTPUT

Und weiter gehts: Die Projekte aus dem Seminar

In der Projektarbeit erarbeiteten die Seminarteilnehmer neue Projekte, in denen der Geist des Seminars nach Seminarende weiterleben wird. Die Ideen entstammen der Lebenswirklichkeit unserer Gesellschaft. Das Spektrum reicht von Familienprojekten über eine „Künstlersozialkasse für Einzelunternehmer“ bis hin zu einem Motivationsprojekt für Langzeitarbeitslose. Lisa Lay hat die Arbeitsergebnisse zusammengefasst.

Projekt 1

Social Entrepreneurship in der KAS

Herausforderung

- Soziales Engagement
- „KAS-Schatz“ wird nicht genutzt, um das hohe „C“ mit Leben zu füllen

Vision

- Lebendiges Netzwerk mit dem Ziel Social Entrepreneurs & Social Intrapreneurs (soziales Engagement) zu unterstützen

Ideen

- SE@KAS-Kernteam
- Pitch-Vorstellung von sozialen Projekten (vor Ort und/oder Rating online)
- Folgeseminar: SE als Soziale Marktwirtschaft 2.0
- Schwarzes Brett: „Ich suche/biete“
 - ▶ Plattform/Matching
- Crowdfunding
- Themenplatzierung bei KAS (Altstipendientagung)
- Nutzung KASconnect als Kommunikationsplattform

Termin

- » Konkretisierung bis zur Altstipendientagung im Mai 2015

Kontakt

- » Benjamin Scharf
benjamin.scharf@kasconnect.de

Projekt 2

Der MVP für Langzeitarbeitslose

Herausforderung

- Geringe Zufriedenheit / Motivation
- Schlechte Gesundheit / Lebenserwartung
- Betroffen: ca. 1 Mio. Menschen, ALG II über zwei Jahre, 760 GE = Jobcenter

Vision

- Individuelle, nachhaltige Stärkung des Selbstwertgefühls / Umsetzung in Eigeninitiative zur Veränderung
 - ▶ Beratung von Potentialträgern

Ideen

- Speeddating: Ansprechpartner im Unternehmen (identifizieren) – Langzeitarbeitslose (vorqualifizieren)
- Unternehmensbesuche organisieren
- Nachhalten: „Wo siehst du dich?“
- Gezielte Förderung für Langzeitarbeitslose mit hohem Potential (Belohnung)
- Zufriedenheitswerte evaluieren

Nutzen

- Veränderungsdynamik: neue Potentiale für Individuum und Gesellschaft

Termin

- » Sofort

Kontakt

- » Annette Dorn-Baltes,
annette.baltes@kasconnect.de

Projekt 3

Pestalozzi Kinderdorf und Dorfzentrum

Herausforderung

- Keine kostendeckende Finanzierung der Tätigkeit (Kinderbetreuung)
- Veraltete Betriebsmittel

Vision

- Neues Dorfzentrum mit Laden/Bistro/ Kommunikationsplattform, die finanzielle Mittel kreiert und dadurch konsumierende/spendende Menschen an das Kinderdorf bindet

Ideen / Termin

- Potentielle Investoren (Stiftungen/Unternehmen) recherchieren (bis Ende Dezember 2014)
- Beratung bezüglich Rechtsform einholen (bis Ende Februar 2015)
- Marketingkonzept entwickeln (bis Ende Juni 2015)
- Mit Marketingkonzept Geldgeber ansprechen und konkret anwerben

Kontakt

- » Marianne Bäumle
marianne.baumle@kasconnect.de

Projekt 4

Wohnraum für kinderreiche Familien

Herausforderung

- Vandalismus, soziale Konflikte
- Fehlende Rendite/Zahlungsausfälle
- Blockade sozialer Vielfalt
 - ▶ Gesellschaftliches well-being
 - ▶ Humankapital
 - ▶ Lebendige Städte

Vision

- Integrierte Bautätigkeit
- Akzeptanz, Integrationsdialog
- Miteinander, Lebendigkeit, Familienfreundlichkeit
- Finanzierbarkeit

Ideen

- Geschichten von anderen Familien aufschreiben
- Die aussagekräftigsten auf einer Plattform sammeln
- Ansprechpartner (private Investoren, Vermieter), Vorbilder (Multiplikatoren) und Lösungen für Probleme suchen

Termin

- » 30.05.2015 (Feedback!)

Kontakt

- » Luise Froberg
luise.froberg@kasconnect.de

Projekt 5

Künstlersozialkasse für Einzelunternehmer

Herausforderung

- Wissensdefizit bei Selbstständigen, Freiberuflern, Ich-AGs und Einzelunternehmern bei „Berufs“-Start
 - ▶ FreiberuflerAtlas
- Belastung mit Admin-Aufgaben
- Stichworte: Vertrieb, Debitorenmanagement, Versicherungen

Vision

- Langlebigkeit von Ich-AGs
- Alternative zu Leiharbeit / prekäre Beschäftigung
- „Sanfter“ Übergang vom Angestellten zum Selbstständigen
 - ▶ Volkswirtschaftlicher Nutzen, bessere Gründer

Ideen

- Neue Dienstleistung beschreiben
- 1000 Selbstständige pro Jahr unter Vertrag
- Verweildauer 1-3 Jahre

Termin

- » Bis 31.12.2014 Klärung der rechtlichen Rahmenbedingungen, Beispiel Frankreich aufarbeiten, KAS-Connect

Kontakt

- » Stefan Maria Kleinsorge
stefanmaria.kleinsorge@kasconnect.de

Impressum

Social Entrepreneurship: Let Happiness Happen

*Ein Seminar von Altstipendiaten für Altstipendiaten der Konrad-Adenauer-Stiftung e.V.
am 21.11. und 22.11.2014 in Berlin*

- Veranstalter:** Hilfs- und Sozialfonds der Altstipendiaten der Konrad-Adenauer-Stiftung e.V.
- Gesamtleitung:** Tobias Clemens, Dr. Thomas Juli, Benjamin Scharf
tobias.clemens@kasconnect.de, thomas.juli@kasconnect.de, benjamin.scharf@kasconnect.de
(verantwortlich im Sinne des Pressegesetzes)
- Redaktion:** Lisa Lay, Marcus Pfeiffer
- Layout & Satz:** Marcus Pfeiffer
(MARGENTUR PUBLICATIONS)
© Marcus Pfeiffer 2015