

Editorial

Katharina Meichenitsch, Michaela Neumayr, Anita Roitner

Unter den Schlagwörtern »new challenges« oder »die großen Herausforderungen« werden die gegenwärtigen gesellschaftlichen Probleme gerne diskutiert, die nicht erst durch die Wirtschafts- und Finanzkrise entstanden sind: Anfechtung von Armut, sozialer Ausgrenzung, alternden Gesellschaften, Jugendarbeitslosigkeit, Klimawandel, Migration, sozialen Konflikten, fehlender Demokratisierung bis zur Frage der Sicherung der Sozialsysteme; und für alle scheint keine befriedigende Lösung in Sicht. Vor allem im Schatten der Krise werden vielfach PolitikerInnen für die vorliegenden Problemlagen – und damit in Zusammenhang auch für ein vermeintliches Versagen des Staates – verantwortlich gemacht. Ihnen wird nicht mehr zugetraut, adäquate Lösungen für die gegebenen Herausforderungen zu finden. Dagegen erfährt das Engagement von Privatpersonen und Privatunternehmen für gesellschaftliche und soziale Anliegen zunehmende Aufmerksamkeit. So erfinden sich Unternehmen neu – etwa mit Instrumenten wie Corporate Social Responsibility oder eigenen Abteilungen, die sich um soziale Innovationen bemühen. Andere Unternehmen, wie die aufkommenden Social Entrepreneurs, verschreiben sich gleich zur Gänze einer sozialen Mission.

Facetten unternehmerischen Engagements...

Das Engagement dieser privaten Initiativen wird von großem medialen Interesse begleitet; vor allem die Auslobung und Vergabe von Preisen verschaffen den philanthropischen Aktivitäten breite Sichtbarkeit. Auftrieb erfahren die unternehmerischen Aktivitäten durch die vielerorts laut werdenden Forderungen nach einer stärkeren Verantwortungsübernahme durch Private. In Großbritannien beispielsweise propagiert die Regierung mit dem Konzept der »Big Society« ein Mehr an privater (Eigen-) Verantwortung (z.B. Harrow/Young 2011, Villadsen 2011). Die Europäische Union heißt privates Engagement ebenfalls willkommen und ließ die EU-Ratspräsidentschaft Irlands im ersten Halbjahr 2013 u.a. von Audi sponsern. Aber auch die *Social Business Initiative* der Europäischen Kommission kann als Forcierung dieser Tendenz gesehen werden, indem sie europaweit mehr finanzielle Mittel für soziale Unternehmen vorsieht und die Förderung von Social Entrepreneurship vorantreibt.

Diese Entwicklungen werden von manchen Seiten sehr begrüßt, einerseits als Reaktion auf angespannte öffentliche Haushalte, andererseits aber auch weil die Übernahme von Verantwortung durch Private als Teil einer *gesunden Zivilgesellschaft* angesehen wird (Brooks 2004). Sie sind aber gesellschaftspolitisch nicht unumstritten und werfen eine Reihe von Fragen auf: Inwiefern darf und soll die Verantwortung für gesellschaftspolitische Anliegen an Unternehmen abgegeben werden? Können und sollen private Mittel überhaupt zur Lösung gesellschaftlicher Probleme verwendet werden? In welche Richtung entwickeln sich die europäischen Wohlfahrtsstaaten, wenn sich die Finanzierung von einer staatlichen, solidarischen in eine zunehmend von vielen privaten Financiers getragene ändert? Ergänzt das private Engagement die Angebote des Staates oder impliziert diese neue Form der Philanthropie die Auflösung und den Ersatz des Wohlfahrtsstaates? Wie legitimieren sich die sich en-

gagierenden Unternehmen? Und welche demokratie- und verteilungspolitischen Konsequenzen gehen damit einher?

Der vorliegende Kurswechsel widmet sich vor diesem Hintergrund vor allem den Phänomenen Social Entrepreneurship (SE), Social Enterprises und Corporate Social Responsibility (CSR). Social Entrepreneurship umschreibt unternehmerische Initiativen, die sich meist weder dem Non-Profit Sektor noch dem Unternehmenssektor zugehörig fühlen, und sich darüber definieren, dass sie innovative, kreative Lösungen für soziale Problemlagen hervorbringen und anstreben, sich über Markteinnahmen zu finanzieren. Die soziale Zielsetzung soll der finanziellen Zielsetzung dabei zumindest gleichgestellt sein (zur ausführlicheren Diskussion der verschiedenen Definitionen siehe die Beiträge von Roitner und Schneider). Bei Social Enterprises dagegen stellt die Produktion von Gütern oder Dienstleistungen eines der Definiensmerkmale dar. Gemäß Europäischer Union sind Social Enterprises Unternehmen und AkteurInnen der Sozialwirtschaft, die verstärkt ein soziales Anliegen verfolgen und etwas produzieren (European Commission 2011). Im Rahmen der Social Business-Initiative verwendet die EU Social Enterprises auch synonym mit Social Business. Das Fehlen klarer Kriterien (z.B. was ist ein soziales Anliegen?) führt jedoch dazu, dass der Begriff Social Enterprise derzeit sowohl gewinnorientierte Unternehmen, Social Entrepreneurs als auch Non-Profit Organisationen umfassen kann (zu weiteren Definitionen siehe die Beiträge von Millner, Schneider und Scholz)

Im Unterschied dazu umschreibt der Begriff der Corporate Social Responsibility Aktivitäten von zumeist gewinnorientierten Unternehmen, die neben dem eigentlichen Unternehmenszweck getätigt werden. Sie verfolgen damit das Ziel gesellschaftliche Verantwortung, verstanden als soziale, ökologische oder auch kulturelle Verantwortung, zu zeigen (siehe zur Definition den Beitrag von Ungericht & Raith sowie den Beitrag von Millner).

... und ihre möglichen Auswirkungen:

Die Privatisierung gesellschaftlicher Verantwortungsübernahme und die Aktivitäten von Social Entrepreneurs werden von vielen Seiten mit Skepsis beobachtet. So wird vermutet, dass SE sogenanntes cream-skimming im Sozialbereich betreiben. Anlass für diese Vermutung gibt die Tatsache, dass Social Entrepreneurs anstreben, sich á la longue möglichst vollständig durch Markteinnahmen, sprich durch den Verkauf von Gütern und Dienstleistungen, zu finanzieren – was auch Befragungen von Social Entrepreneurs bestätigen. Im Sozialsektor gibt es zwar sehr wohl Bereiche, in denen Leistungen kostendeckend angeboten werden können, in der überwiegenden Zahl der Fälle ist das aber nicht möglich. Diese Leistungen sind gesellschaftlich aber nicht weniger wünschenswert, wie z.B. Obdachloseinrichtungen, Rechtsberatung für AsylwerberInnen oder Spritzentausch für drogenabhängige Menschen. Cream-skimming birgt die Gefahr, dass sich SE nur dort engagieren, wo öffentliches Prestige und vor allem Markteinnahmen zu erwarten sind, sich also die Rosinen herauspicken. Menschen, die (in einem bestimmten Lebensabschnitt) auf diese Dienstleistungen angewiesen sind werden damit zu Objekten der Philanthropie, sie stellen ein neues KundInnensegment dar, um das sich der neu entstehende Markt im sozialen Mantel bemüht – oder eben nicht.

Als weiterer problematischer Aspekt gilt, dass Social Entrepreneurs zumeist auf die Lösung von konkreten Problemen abzielen, die sie mit innovativen Lösungen be-

seitigen wollen. Sie setzen dazu vor allem auf das Angebot von »neuen« Gütern oder Dienstleistungen am Markt, die oftmals aber bloß »soziale Wiederentdeckungen« darstellen. Selten widmen sie sich dagegen der Funktion des Advocacy, dem Erheben der Stimme und der Vertretung von Interessen. Die Veränderung gesellschaftlicher und gesetzlicher Rahmenbedingungen, um die Ursachen von Problemen zu lösen, tritt zugunsten einer Folgenbeseitigung in den Hintergrund. Non-Profit Organisationen sehen es bis jetzt meist als eine Verpflichtung, bei Erbringung einer Dienstleistung zeitgleich die Änderung von politischen Rahmenbedingungen zu fordern. SE haben diese Funktion in der Praxis bislang kaum aufgegriffen.

Die Innovationsfähigkeit, die SE für sich reklamieren und die großen, etablierten Non-Profit Organisationen und dem Staat abgesprochen wird, wird unter anderem damit begründet, dass SE unabhängig sind und experimentieren können. Viele gesellschaftliche Probleme lassen sich allerdings nicht von Einzelnen lösen, sondern bedürfen eines Gesamtkonzepts, das die Koordination unterschiedlicher Hilfen beinhaltet – die auf verschiedenen Ebenen ansetzt (Grenier 2009). Die Absprache unterschiedlicher AkteurInnen bringt aber auch mit sich, dass es zu einem Aushandlungsprozess der verschiedenen Interessen kommt, um schlussendlich zu einer für alle Beteiligten akzeptablen Lösung zu kommen – im Idealfall unter Einbeziehung der Betroffenen. Wenn sich die neuen sozialen Leader, wie Löffler in ihrem Beitrag zitiert, dadurch auszeichnen, dass sie »die herrschenden Normen ignorieren, sich nur an ihre eigenen (irrationalen) Regeln halten, und, sofern sie erfolgreich sind, neue soziale Normen durchsetzen« – ist das demokratiepolitisch problematisch. Das wohlfahrtsstaatliche Arrangement inkludiert nämlich auch, wie Löffler zeigt, die Auseinandersetzung mit Partizipation, Demokratie und Rechtsansprüchen. Nur Partizipation führt dazu, dass Menschen gleichberechtigt über gesellschaftliche Vorgänge entscheiden können, und nur demokratische Strukturen helfen zu verhindern, dass einige wenige ihre »sozialen Normen« durchsetzen. Nur Rechtsansprüche stellen sicher, dass Menschen nicht als Objekte der sozialen Wohlfahrt gesehen werden (Vamstad 2003). Im Gegensatz zu EmpfängerInnen philanthropischen Engagements können sie Leistungen einfordern.

Die Beiträge in diesem Heft

Das vorliegende Heft greift die laufende Debatte um Social Entrepreneurship, Social Enterprises, CSR und das philanthropische Engagement von Unternehmen generell auf. Die dabei verwendeten Konzepte und Definitionen sind höchst divers, was u.a. damit zusammenhängt, dass sich vielfach (noch) keine eindeutigen Definitionen etabliert haben. So vielfältig und divers wie die Interpretation der Begrifflichkeiten sind auch die in dieser Ausgabe zusammengestellten Beiträge und die Sichtweisen der AutorInnen – was eine spannende Lektüre verspricht.

Den Auftakt macht **Anita Roitner**, die in ihrem Beitrag die Legitimation des Konzeptes Social Entrepreneurship diskutiert. Dabei geht sie auf den unternehmerischen, den sozialen sowie den partizipativen Anspruch von SE-Initiativen ein. Im Anschluss daran widmet sich **Marion Löffler** der Schumpeterschen Unternehmerfigur. Sie analysiert welche Eigenschaften diesem »Unternehmer« zugeschrieben werden und inwiefern diese Figur als Wegbereiter für Social Entrepreneur(ship) gesehen werden kann.

Drei weitere Beiträge widmen sich dem Phänomen des Social Entrepreneurship in Österreich. Zunächst zeigt **Reinhard Millner** – ausgehend von verschwimmenden Grenzen zwischen einzelnen Sektoren – das Begriffsgeflecht, das in den letzten Jahren rund um private soziale Initiativen entstanden ist. Er greift dabei auf mit welcher Geschwindigkeit sich Begriffe aus dem Sozialbereich in der Wissenschaft festgesetzt haben. **Hanna Schneider** liefert die bis dato ersten empirischen Befunde zu Social Entrepreneurship-Initiativen in Österreich. Basierend auf Befragungen spannt sie das bestehende Netzwerk auf und legt dar, welche Initiativen sich in Österreich als SE definieren und was diese jeweils unter Social Entrepreneurship verstehen. Des Weiteren geben **Judith Pühringer & Philip Hammer** in ihrem Beitrag unter dem Titel »Ökonomie der Aufmerksamkeit« einen Überblick über die in Österreich ausgelobten Preise und Awards für soziales Engagement. Im Vordergrund steht dabei die Frage, inwiefern sich diese als Finanzierungskomponente für den Sozialsektor eignen.

Den Entwicklungen der Diskussionen unternehmerischen Engagements auf EU-Ebene widmen sich die beiden abschließenden Artikel. **Stephanie Scholz** gibt einen Überblick über die aktuellen Initiativen der EU Kommission, die sich mit sozialen Unternehmungen auseinandersetzen, und bewertet die Chancen und Risiken, die dadurch für Non-Profit Organisationen entstehen. **Bernhard Mark-Ungericht & Dirk Raith** zeichnen die Entwicklung des EU-Diskurses bezüglich Corporate Social Responsibility nach. Insbesondere gehen sie darauf ein, inwiefern Lobbyismus politische Initiativen inhaltlich völlig verändern kann und was von der 1990 gestarteten Bewegung heute übrig bleibt.

Das Debattenforum, das sich diesmal dem Thema Korruption widmet, wollen wir hier auch noch erwähnen – siehe ab Seite 95.

Literatur

- Brooks, A. C. (2004) The Effects of Public Policy on Private Charity. *Administration & Society*, 36 (2), 166-185.
- European Commission (2011) Social Business Initiative, Creating a favorable climate for social enterprises, key stakeholders in the social economy and innovation, Communication from the Commission, COM(2011) 682; URL: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2011:0682:FIN:EN:PDF>
- Grenier, Paola (2009) Social Entrepreneurship in the UK: from rhetoric to reality? In: Ziegler, Rafael: *An Introduction to Social Entrepreneurship. Voices, Preconditions, Contexts.*
- Harrow, J./ Jung, T. (2011) Philanthropy is Dead; Long Live Philanthropy? *Public Management Review*, 13 (8), 1047-1056.
- Vamstad, J./ von Essen, J. (2012) Charitable Giving in a Universal Welfare State – Charity and Social Rights in Sweden. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 42 (2) 285-301.
- Villadsen, K. (2011) Modern Welfare And »Good Old« Philanthropy. *Public Management Review*, 13 (8), 1057-1075.