

## **Social Business – in der entwicklungspolitischen Praxis**

Vorlese von Matthias Lehnert, Geschäftsführer Oikocredit Geschäftsstelle Deutschland

Zum Gespräch am 19.11.2013

Die hier dargelegten Gedanken ergeben sich nur aus der Auseinandersetzung des Verfassers mit dem Thema des Gesprächs. Sie stellen keine offizielle Position von Oikocredit dar.

### **1. Gedanken zum Begriff und Konzept des Social Business**

Begriff und Konzept des Social Business sind nicht klar definiert, eine allgemein verwendete Standarddefinition gibt es nicht. Daraus ergeben sich verschiedene Probleme. Ich halte die vom SID Chapter Bonn für die Zwecke des Seminars für tauglich und möchte mich gerne auf sie beziehen. Dazu ein paar Gedanken, die keine gefestigte Position ergeben, aber mein Unbehagen mit dem Konzept zum Ausdruck bringen sollen:

- Mir erscheint die Definition überfrachtet. Sie setzt einen *sozialen* Unternehmer voraus, der sich offenbar von anderen Akteuren, insbesondere von „konventionellen“ Unternehmern abgrenzen muss. Daraus ergeben sich Fragen: Kann ein „konventioneller“ Unternehmer auch zugleich ein sozialer Unternehmer sein? Kann er es nur im Rahmen eines Social Business sein oder auch in einer „konventionellen“ Unternehmung? Die Definition verlangt zudem ein *innovatives* Geschäftsmodell. Offenbar reicht gewöhnliches unternehmerisches Handeln nicht aus. Ab wann aber kann ein Geschäftsmodell als innovativ gelten?
- Social Business wird zum „Joker bei Markt- und Staatsversagen“. Die Definition weist dem Social Business Probleme zu, die Markt und Staat vernachlässigen oder nicht lösen. Ist damit nicht ausgeschlossen, dass Sozialunternehmen in Konkurrenz zu konventionellen Unternehmen Lösungen oder Leistungen anbieten? Und wird dabei nicht vernachlässigt, dass auch Sozialunternehmen innerhalb eines Regulierungsrahmens agieren, der staatliches Handeln voraussetzt?
- Die Gretchenfrage des Gewinns wird nicht abschließend beantwortet. Darf ein Sozialunternehmen Gewinne anstreben, so lange es diese nicht zu maximieren versucht? Oder muss es wirklich „not for profit“ handeln und Gewinne gewissermaßen als Ausweis zu hoher Preise an die Kundinnen und Kunden rückerstatten? Dürfen nur die Kosten des eingesetzten Fremdkapitals gedeckt werden, nicht aber die des eingesetzten Eigenkapitals?

Versucht man, das Konzept des Social Business zu schärfen und bestehende Unklarheiten zu beseitigen, bleibt – gewissermaßen als Definitionskern – folgendes übrig: Beim Social Business versucht ein Unternehmer auf der Grundlage eines Geschäftsmodells – nicht also im Rahmen eines vom eigentlichen Unternehmenszweck unabhängigen Sozialprojektes – ein gesellschaftliches Problem (das im engeren Sinne sozial oder auch ökologisch sein kann) zu lösen und verzichtet dabei auf die Ausschüttung von Unternehmensgewinnen.

### **2. Thesen**

An die vorgeschlagene Kerndefinition knüpfe ich einige Thesen:

1. Das Konzept des Social Business lässt bestehende Unterschiede zwischen Unternehmen und Unternehmern in den Hintergrund rücken. Es entsteht das Bild des notwendigerweise „unsozialen“ Unternehmers als einzig denkbare Form „konventionellen Unternehmertums“. Das ist meines Erachtens zumindest mit Yunus' Intention nicht vereinbar.
2. Das Konzept des Social Business erhebt einen Neuigkeitsanspruch, der zumindest diskussionswürdig

ist: Haben nicht etwa die Genossenschaften bereits Vergleichbares geleistet?

3. Das „Entlohnungsverbot“ für den Faktor (Eigen)Kapital wirft die Frage auf, ob nicht aus Gründen der Konsistenz und Fairness durch auch Gehälter (und andere Formen der Entlohnungen des Faktors Arbeit) und Zinsen bei Sozialunternehmen durch klare Regeln begrenzt werden müssten.
4. Das Konzept des Social Business geht von der Annahme aus, dass das Streben nach maximalen Profiten einen Beitrag zur Lösung gesellschaftlicher Probleme unmöglich macht und daher unterbunden werden muss. Indem aber jede Form der Entlohnung für das Eingehen unternehmerischer Wagnisse ausgeschlossen ist, wird das Social Business auf eine Nebenrolle im Kapitalismus beschränkt.

### **3. Versuch, die erkenntnisleitenden Fragen zu beantworten**

**Zu Frage 1:** Social Business wird die Rahmenbedingungen des Kapitalismus nicht nennenswert verändern. Wo die Funktionslogik des Kapitalismus selbst Ursache gesellschaftlicher Probleme ist, wird Social Business diese Ursache nicht beheben, sondern allenfalls seine Folgen abmildern können. Damit soll aber nicht in Abrede gestellt werden, dass Sozialunternehmen unter den Bedingungen des Kapitalismus wertvolle Beiträge leisten können. Sie werden jedoch gesetzgeberisches Handeln und staatliche Entwicklungszusammenarbeit ebenso wenig überflüssig machen wie die Arbeit von Hilfswerken auf Spendenbasis. Man sollte diese Ansätze als Komplemente verstehen, nicht als Substitute.

**Zu Frage 2:** Social Business kann insbesondere in Entwicklungs- und Schwellenländern wichtige Beiträge leisten. Es wird aber daneben notwendig sein, dass auch „konventionelles Kapital“ in diesen Ländern investiert wird. Andernfalls ist der Hebel zu schwach, um die bestehenden Probleme zu mildern. Das Verhalten konventioneller Unternehmer und ihre handlungsleitenden Motive muss daher ebenso diskutiert und beeinflusst werden wie das gesetzgeberische Handeln der nationalen Parlamente und die Tätigkeit nationaler Regierungen und Verwaltungen.