



Universität  
Hamburg

*The Entrepreneurial University*



Technische Universität München

## Presseinformation

München, den 8. Oktober 2009

### **Ökonomen von TU München und Universität Hamburg entwickeln Standard für Geschäftsberichte sozialer Unternehmer Prüfstein für soziale Unternehmer**

**Randgruppen fördern statt Gewinn maximieren – Sozialunternehmer wie der Nobelpreisträger Muhammad Yunus wollen die Lebensbedingungen von Menschen verbessern. Wirtschaftswissenschaftler der Technischen Universität München (TUM) und der Universität Hamburg (UHH) haben jetzt einen Standard für die Berichterstattung sozialer Unternehmer (Social Reporting Standard) entwickelt, der diesen helfen wird, Investoren zu gewinnen.**

Sie kümmern sich um Straßenkinder, engagieren sich für Bildung, initiierten Projekte zur Gewaltprävention, machen Politik transparent oder vermitteln Arbeitsplätze: Soziale Unternehmen haben nicht Ertrag und Rendite, sondern den gesellschaftlichen Wandel im Blick. Der bekannteste Sozialunternehmer ist der Friedensnobelpreisträger Muhammad Yunus, der als „Banker der Armen“ Kleinst- oder Mikrokredite an Bedürftige vergibt und es ihnen so ermöglicht, eine Existenz aufzubauen.

Doch wie gut ist das Geld bei einem Sozialunternehmen angelegt? Erreicht das Unternehmen das gesetzte Ziel beispielsweise der Bekämpfung von Armut oder Gewalt – oder verschwendet es seine Ressourcen ineffizient in einem für die Zielsetzung wenig relevanten Projekt? Diese Fragen sind entscheidend für Geldgeber – und für die Sozialunternehmen selbst. Denn einerseits steigt die Bedeutung von Sozialunternehmen, wenn der Staat Sozialleistungen reduziert und gleichzeitig private Vermögen anwachsen, so dass immer mehr Einzelpersonen sozial tätig werden. Andererseits steigt auch der Konkurrenzdruck zwischen den mittlerweile mehr als einer Million Organisationen im Non-Profit-Sektor alleine in Deutschland an.

Das Problem: Bislang gibt es keinen einheitlichen Berichtsstandard, mit dem sich die Unternehmen darstellen können und der Investoren eine Einschätzung ermöglicht. Traditionelle Berichtsformen, die fast ausschließlich finanzielle Kennzahlen erheben, sind hier genauso ungeeignet wie monetarisierende Ansätze, die zum Beispiel bei einem Sozialunternehmen zur Resozialisierung jugendlicher Serienstraftäter den Werten „höheres Selbstbewusstsein“ oder „weniger Angst“ Geldwerte zuordnen.

Technische Universität München    Corporate Communications Center    80290 München    [www.tum.de](http://www.tum.de)

Name	Position	Telefon	Email
Dr. Ulrich Marsch	Sprecher des Präsidenten	+49.89.289.22779	<a href="mailto:marsch@zv.tum.de">marsch@zv.tum.de</a>
Dr. Markus Bernards	PR-Referent	+49.89.289.22562	<a href="mailto:bernards@zv.tum.de">bernards@zv.tum.de</a>
Philip Wolff	PR-Referent	+49.89.289.22798	<a href="mailto:wolff@zv.tum.de">wolff@zv.tum.de</a>

Der neue Social Reporting Standard, der am KfW-Stiftungslehrstuhl für Entrepreneurial Finance der TUM und am Lehrstuhl für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre (Kapitalmärkte und Unternehmensführung) der Universität Hamburg entwickelt wurde, stellt daher die Grundlage für die Erfassung des Erfolgs eines Sozialunternehmens dar. So wird beispielsweise der Erfolg der Resozialisierung beschrieben, indem gezählt wird, wie viele jugendliche Serienstraftäter in einem bestimmten Zeitraum an wie vielen Gruppenstunden oder Aktivitäten teilgenommen haben (Output) und wie viele Jugendliche anschließend nicht wieder rückfällig geworden und etwa durch die Annahme einer Lehrstelle oder einer Arbeit in die Gesellschaft integriert worden sind (Impact).

Andererseits werden im neuen Reporting Standard auch die qualitativen Erfolge beschrieben: das verbesserte „Sicherheitsgefühl“ der Bewohner einer Region zum Beispiel oder das höhere Selbstwertgefühl der Jugendlichen. Selbst eine Aufrechnung der Kosten für die Gesellschaft könnte in diesem Beispiel ermittelt werden, indem die Aufwendungen für Gefängnis, Polizei und Bewährungshelfern denen des Sozialunternehmens gegenüber gestellt werden. Darüber hinaus werden Informationen über die Organisation sowie Risikoparameter erfasst.

Zwar werde es wahrscheinlich schwierig sein, in der Wirkungsmessung immer einen unmittelbaren Zusammenhang zwischen der Aktivität eines Sozialunternehmens und einer gesellschaftlichen Verbesserung herzustellen, stellen die Projektleiter Prof. Ann-Kristin Achleitner (TUM) und Prof. Alexander Bassen (UHH) fest. Allerdings mache der Social Reporting Standard die Erfolgsmessung deutlich transparenter als bisher und erlaube es zu beurteilen, ob sich ein soziales Unternehmen nachhaltig entwickelt.

#### **Kontakt:**

Dipl.-Kffr. Barbara Roder  
KfW-Stiftungslehrstuhl für Entrepreneurial Finance  
TUM Business School  
Technische Universität München  
(zurzeit erreichbar an der Universität Hamburg)  
Tel. 040 428 386 467  
barbara.roder@wi.tum.de

Die **Technische Universität München (TUM)** ist mit rund 420 Professorinnen und Professoren, 6.500 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern (einschließlich Klinikum rechts der Isar) und 23.000 Studierenden eine der führenden Universitäten Europas. Ihre Schwerpunktfelder sind die Ingenieurwissenschaften, Naturwissenschaften, Lebenswissenschaften, Medizin und Wirtschaftswissenschaften. Nach zahlreichen Auszeichnungen wurde sie 2006 vom Wissenschaftsrat und der Deutschen Forschungsgemeinschaft zur Exzellenzuniversität gewählt. Das weltweite Netzwerk der TUM umfasst auch eine Dependence in Singapur. Die TUM ist dem Leitbild einer unternehmerischen Universität verpflichtet.

Technische Universität München    Corporate Communications Center    80290 München    [www.tum.de](http://www.tum.de)

<b>Name</b>	<b>Position</b>	<b>Telefon</b>	<b>Email</b>
Dr. Ulrich Marsch	Sprecher des Präsidenten	+49.89.289.22779	<a href="mailto:marsch@zv.tum.de">marsch@zv.tum.de</a>
Dr. Markus Bernards	PR-Referent	+49.89.289.22562	<a href="mailto:bernards@zv.tum.de">bernards@zv.tum.de</a>
Philip Wolff	PR-Referent	+49.89.289.22798	<a href="mailto:wolff@zv.tum.de">wolff@zv.tum.de</a>