

Prüfstein für soziale Unternehmer

Ökonomen von TUM und Universität Hamburg (UHH) entwickeln Standard für Geschäftsberichte sozialer Unternehmer (Social Reporting Standard).

Sie kümmern sich um Straßenkinder, engagieren sich für Bildung, initiieren 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 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 das Ziel 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 allein in Deutschland.

Jedoch gibt es bislang keinen einheitlichen Berichtsstandard, mit dem sich die Unternehmen so darstellen können, dass Investoren sich ein Bild machen können. Traditionelle Berichtsformen, die fast ausschließlich finanzielle Kennzahlen erheben, sind genauso ungeeignet wie monetarisierende Ansätze, die zum Beispiel bei einem Sozialunternehmen zur Resozialisierung jugendlicher Serienstraftäter den Werten »höheres Selbstbewusstsein« oder »weniger Angst« Geldwerte zuordnen.

Der neue Social Reporting Standard, der am KfW-Stiftungslehrstuhl für Entrepreneurial Finance der TUM und am Lehrstuhl für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre (Kapitalmärkte und Unternehmensführung) der UHH entwickelt wurde, liefert nun eine Grundlage, um den Erfolg eines Sozialunternehmens zu erfassen. So beschreibt er etwa den Erfolg der Resozialisierung, 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 oder das höhere Selbstwertgefühl der Jugendlichen. Selbst eine Aufrechnung der Kosten für die Gesellschaft ließe sich in diesem Beispiel ermitteln, indem die Aufwendungen für Gefängnis, Polizei und Bewährungshelfer denen des Sozialunternehmens gegenübergestellt 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 Sozialunternehmers und einer gesellschaftlichen Verbesserung herzustellen, meinen die Projektleiter, Prof. Ann-Kristin Achleitner (TUM) und Prof. Alexander Bassen (UHH). Allerdings mache der Social Reporting Standard die Erfolgsmessung deutlich transparenter als bisher und erlaube es zu beurteilen, ob sich ein soziales Unternehmen nachhaltig entwickelt.



Die Mikrokredite von Sozialunternehmer Muhammad Yunus helfen vor allem Kleinstunternehmern, meist Frauen.