Ashoka: Sechs Ansätze zur Verbreitung sozialer Innovation in Deutschland

Eingereicht von Detlef am 28. Okt 2011 - 21:08 Uhr

Expertenbefragung von Ashoka im Sommer 2011 zeigt zentrale Hürden für soziale Innovation in Deutschland auf und präsentiert sechs Ansätze zu ihrer Überwindung.

Dies ist die Kurzzusammenfassung des Ashoka-Ideenpapiers „Wie überwinden wir Hürden für soziale Problemlöser?“, welches Sie unter folgendem Link downloaden können. Zum Download >>>

Soziale Innovation durch unternehmerisch denkende Bürger wird in Deutschland zwar in der Startphase gefördert, aber zu kurz, mit ungeeigneten Finanzierungsformen und mit zu wenig systematischer Beratung und Vorbereitung auf kommende Wachstumsherausforderungen.

Nach der meist spendenfinanzierten Startphase folgt das böse Erwachen, wenn junge Organisationen erstmals den Komplexitäten langfristigen Wachstums gegenüberstehen. Denn die Wachstumshürden in Deutschland blockieren gleich beide sinnvollen Verbreitungsstrategien für soziale Innovation: Weder können innovative Organisationen selbst wachsen und expandieren, da Anschlussfinanzierungsformen und Fachpersonal fehlen. Noch können sich innovative Ideen durch Nachahmer, Franchising-Konzepte oder „Open Source“-Veröffentlichung verbreiten, da es an Kooperationsbereitschaft und Nachahmerplattformen mangelt.

Als Ergebnis dieses Systems finden sich in Deutschland hunderte von Projektruinen, die nie zur langfristigen Verbreitung ihrer Konzepte gelangen. Das Potential der guten Idee für die Gesellschaft geht verloren.

Im Einzelnen zeigt die Ashoka-Expertenbefragung **Innovationshürden** in 4 Bereichen:

1. Fehlende und hinderliche Finanzierungsformen

• Private und staatliche Startfinanzierung im Sozialsektor ist nicht unternehmerisch verwendbar:
Typische soziale Modellprojektförderung endet nach 3 Jahren, schreibt Projekt- und Budgetpläne vor, muss vorfinanziert werden und wird nicht mit Beratung zur Organisationsentwicklung flankiert.

• Gezielte Anschlussfinanzierung für erfolgreiche innovative Projekte gibt es kaum:
Drei Jahre nach dem Start folgt das „Tal des Todes“. Für Modellförderer ist man bereits „verbrannt“, für Langfristfinanzierer noch zu instabil. Überbrückungsfinanzierung will praktisch niemand leisten.

• Bei regulärer staatlicher Mittelvergabe spielt die Qualität eines Angebots eine untergeordnete Rolle:
Viele Innovationen, z.B. in Bildung und Gesundheit, müssen langfristig die Kommunen finanzieren. Neue und hervorragend evaluierte Konzepte werden dabei aber nicht bevorzugt. Nur niedrige Kosten zählen.

2. Fehlende und hinderliche Kooperationsformen für Wachstum und Verbreitung

• Im Sozialsektor gibt zu wenig Kooperationsbereitschaft und „Unterstützerketten“ für Innovationen:
Wohlfahrtsverbände und Sozialunternehmern misstrauen sich noch oft. Stiftungen, Staat und Sozialinvestoren kooperieren selten, um Projekte über mehrere Wachstumsphasen hinweg zu begleiten.

• Es gibt keine Marktplätze, die gute Ideen, Finanzierer und potentielle Nachahmer zusammenbringen:
Soziale Innovationen sind – wie gute Geschäftsmodelle in der Wirtschaft – für Imitatoren und Investoren interessant. Es gibt aber keine themenspezialisierten Vermittler und Plattformen für den Ideentransfer.

3. Fehlendes Fachpersonal, Management- und Organisationswissen

• Das Sozialunternehmertum ist noch zu wenig attraktiv für Fachpersonal aus der Wirtschaft;
Menschen suchen nach mehr Sinn in ihrer Arbeit. Dennoch fürchten sie bei einem Wechsel den Karriereknick. Der Sozialbereich ist zu schlecht bezahlt, beruflich zu unsicher und nicht prestigeträchtig genug.

• Viele Sozialunternehmer benötigen stärkere Managementkompetenzen:
Es fehlt oft an Wissen zu Geschäfts- und Finanzierungmodellen, zu Organisationsentwicklung und Teammanagement. Gleichzeitig stehen ihnen viele Programme, wie z.B. das öffentliche Gründercoaching, nicht offen. Stattdessen übernimmt derzeit eine Handvoll Sozialinvestoren diese Beratung.

4. Fehlendes Lobbying

• Sozialunternehmer haben bislang keine politische Lobby. Anders als große Sozialverbände haben sie keinen traditionellen Zugang zu politischen Entscheidungsträgern, um ihre Perspektive einzubringen.

Ashoka Deutschland schlägt zur Überwindung dieser Hürden sechs **konkrete Ansätze** vor:

Transferagenturen für soziale Innovationen
Universitäten haben Technologietransferzentren. So etwas brauchen wir im Sozialsektor. Soziale Transferagenturen könnten erprobte soziale Innovationen, Umsetzer und geeignete Finanzierungsquellen zusammenbringen. So können Innovationen durch Replikation wachsen.

Soziale Innovationszentren
Viele Kommunen haben lokale Gründerzentren für die Wirtschaft. Auch das brauchen wir im Sozialsektor. Sie könnten Büroinfrastruktur, Dienstleistungen und Coaching für Sozialgründer bieten, Innovationen vor Ort einführen und den Kontakt zur Kommune erleichtern.

Innovative Finanzinstrumente
Kluge unternehmerische Finanzierungsinstrumente existieren bereits. Jetzt braucht es mutige Stiftungen und Investoren, die sie ausprobieren. Die Begegnungsplattformen und wirkungsorientierte Berichtsstandards unterstützen, um Vertrauen zu schaffen. Und staatliche Banken, die Teile des Risikos absichern. Nur so kann ein effizienter sozialer Kapitalmarkt entstehen.

Wirkungsorientierte öffentliche Mittelvergabe
Länder und Kommunen sollten Leistungen nicht durch Preiswettbewerb vergeben, sondern Wirkungsziele

vorschreiben und erfolgsabhängig bezahlen. Wirkungsindikatoren dafür gibt es bereits, auch rechtlich und buchhalterisch ist das umsetzbar. Stiftungen und Kommunen sollten hier mit Projekten Neuland betreten und innovativen Konzepten eine echte Chance geben.

Kooperation von Wohlfahrtsverbänden und Sozialunternehmern
Gemeinsam könnten Verbände und Sozialgründer Innovationen deutlich schneller dorthin bringen, wo sie gebraucht werden. Dafür sollten Staat und Stiftungen funktionierende lokale Kooperationen bekannter machen und Gastgeber sein für einen übergreifenden Meinungsaustausch beider Seiten – bis hin zu gemeinsamen Konferenzen zum Innovationsbegriff.

Talentinitiative für den Sozialsektor
Wirtschaftsunternehmen sollten Arbeitsaufenthalte und „Secondments“ im innovativen Sozial-sektor in ihre Personalentwicklung und ihre Corporate-Volunteering-Programme integrieren. Das brächte Expertise in den Sozialsektor und unternehmerischen Geist in Unternehmen.

Die Expertenbefragung wurde im Juli und August 2011 von Ashoka Deutschland mit einem Beraterteam von McKinsey & Company durchgeführt, das auf Pro-Bono-Basis arbeitete. Das Team sprach mit über 40 Experten aus Stiftungen, Wohlfahrtsverbänden, Politik, sozialen Investoren, Unternehmen und Wissenschaft.

Quelle: Ashoka Deutschland

Anmerkungen:
Soziale Ideen, Projekte: Warum es in Deutschland nicht vorangeht -
Ashoka nennt die Probleme und zeigt Lösungswege auf
FOTO: Erich Westendarp / pixelio.de