

» Jens Tönnemann 14.05.2013, 13:24

ASHOKA, FINANZIERUNG, GESELLSCHAFT, GRÜNDER, KAPITAL, RISIKOKAPITAL, SOCIAL ENTREPRENEURSHIP, SOZIALUNTERNEHMERTUM, STIFTUNGEN

“Die Geldgeber sollen sich um die besten Ideen kloppen”

Ashoka-Europachef Felix Oldenburg erklärt im Interview, weshalb Social Entrepreneurship immer populärer wird, wie er mit Ashoka die Finanzierungsmöglichkeiten für Sozialunternehmer verbessern will und warum viele Sozialunternehmer “auf der Rasierklinge reiten”



Felix Oldenburg ist Europachef und Hauptgeschäftsführer von Ashoka Deutschland. Die Non-Profit-Organisation fördert Sozialunternehmer in mehr als 70 Ländern der Erde. Ihr Geld erhält sie von Unternehmern und Stiftungen. Oldenburg ist für die Entwicklung und Leitung von nationalen und internationalen Programmen zur Förderung von Social Entrepreneurs verantwortlich. Bevor er bei Ashoka anheuerte war er als Politikberater und als Managementberater tätig. Nach seinem Studium der Philosophie gründete er ein eigenes Internet-Startup.

Gründerraum: Herr Oldenburg, in den vergangenen Jahren ist Social Entrepreneurship – Sozialunternehmertum – immer populärer geworden. Wie erklären Sie sich das?

Felix Oldenburg: Gerade für die Generation Y, also die Mittzwanziger, die jetzt von der Uni kommen, ist Sozialunternehmertum ein großes Thema. Diese Generation ist zu Zeiten des Dotcom-Crashes und mit der Finanzkrise aufgewachsen. Sie hat erlebt, dass die Wirtschaft und unser Finanzsystem nicht perfekt funktionieren. Deswegen wollen sie Beruf und soziales Engagement zusammen denken, sie wollen Karriere machen, aber zugleich die Gesellschaft zum Besseren verändern.

Wie reagieren größere Unternehmen auf den Trend?

Oldenburg: Wir beobachten, dass sich immer mehr Familienunternehmen um soziale Probleme kümmern. Auch DAX-Konzerne erkennen mittlerweile, dass Sozialunternehmertum Probleme lösen kann, die für sie geschäftsrelevant sind. Wer als Sozialunternehmer die Bildungschancen von Arbeiterkindern verbessert, sorgt zum Beispiel auch dafür, dass Konzerne in Zukunft leichter Fachkräfte finden; wer in einem Entwicklungsland die Lebensbedingungen der Menschen verbessert, hilft auch Konzernen, dort Märkte zu erschließen – auch wenn das nicht das vorrangige Ziel der Sozialunternehmer ist.



WirtschaftsWoche-Gründerwettbewerb 2013
Bewerben Sie sich bis zum 15. Juli und gewinnen
Sie ein Preispaket von bis zu 300.000 Euro

[hier klicken](#)

Zu den Partnern von Ashoka zählen Institutionen wie SAP und Haniel, die BMW Stiftung und die Siemens Stiftung. Wie haben Sie die ins Boot geholt?

Oldenburg: Wenn Unternehmerpersönlichkeiten sich sozial engagieren wollen, dann suchen sie dafür nach Leuten, die so ticken wie sie. Genau da kommen wir ins Spiel: Ashoka baut Brücken zwischen gestandenen Unternehmern und Social Entrepreneurs, die mit unternehmerischen Mitteln Probleme lösen wollen. Wir bringen beide Seiten zusammen: Die Boehringers, Werhahns, Breuningers und Haniels auf der einen Seite, Gründer wie Till Behnke von Betterplace, Murat Vural vom Chancenwerk oder Katja Urbatsch von Arbeiterkind auf der anderen Seite.

Nicht jeder Social Entrepreneur findet solch namhafte Unterstützer oder wird als Fellow von Ashoka gefördert. Wie schwer ist es dann, sein Projekt zu finanzieren?

Oldenburg: Sozialunternehmer starten üblicherweise mit Mitteln aus ihrem persönlichen Netzwerk. Das reicht allerdings nur für den Anfang. Denn sie wollen in der Regel Probleme lösen, die sehr weit verbreitet sind und für die es noch keine zufrieden stellenden Lösungen gibt. Das heißt: Sie müssen wachsen – und dafür brauchen sie Kapital.

Können Sie das an einem Beispiel erläutern?

Oldenburg: Frank Hoffmann und sein [Projekt Discovering Hands](#) sind ein gutes Beispiel. Hoffmann ist eigentlich Frauenarzt und hatte die geniale Idee, blinde Frauen so auszubilden, dass sie die Tastuntersuchung bei der Brustkrebsvorsorge übernehmen können. Studien zeigen, dass ihnen das sogar besser gelingt als Gynäkologen. Hoffmanns Idee verbessert also einerseits die Vorsorge, andererseits verhilft sie blinden Frauen zu sinnvollen Jobs. Und obendrein kann sich die Idee selbst aus den Gebühren finanzieren, die eine Vorsorgeuntersuchung kostet. Allerdings brauchte Frank Hoffmann Wachstumskapital, um möglichst schnell möglichst viele Tastuntersucherinnen auszubilden.

In Deutschland gibt es rund 20.000 Stiftungen, die Deutschen spenden rund vier Milliarden Euro jährlich. Dazu kommen Kredite von Banken, Fördergelder vom Staat und Risikokapital von Investoren. Warum fällt es Sozialunternehmern dennoch so schwer, Wachstumskapital zu erhalten?

Oldenburg: Weil sich diese Geldgeber voneinander unterscheiden wie Planeten, auf denen unterschiedliche Naturgesetze gelten. Stiftungen etwa wollen ihr Geld zwar nicht zurück, fördern aber in der Regel nur ein paar Jahre lang und machen hohe Auflagen. Banken und Investoren erwarten dagegen Rendite, wenn sie Geld verleihen oder investieren. Spender wiederum verschenken ihr Geld, können aber nur selten mit Expertise weiterhelfen. Wenn es uns gelingen würde, die verschiedenen Geldquellen zu in neuartigen Deals zu kombinieren, dann wäre vielen Sozialunternehmern geholfen.

Wie könnte das gelingen?

Oldenburg: Wir bauen mit Ashoka zurzeit eine Finanzierungsagentur auf, die die verschiedenen Geldgeber an einen Tisch bringen und für Sozialunternehmen individuelle Kapitalpakete schnüren soll. Dann kann sich jeder

Kapitalgeber so einbringen wie es seinen Anforderungen entspricht. Ich will, dass sich die Geldgeber um die besten Ideen kloppen und nicht umgekehrt. Gute Sozialunternehmer sind nämlich knapper als Kapital und sollten auch nicht zu viel Zeit mit Fundraising verschenken, sondern Probleme lösen.

Können Sozialunternehmer ihre Geldgeber denn sogar mit Renditen ködern?

Oldenburg: Nur bedingt. Viele Sozialunternehmer reiten zwar auf der Rasierklinge zwischen Gemeinnützigkeit und Profitorientierung und bauen einen Hybrid aus gemeinnütziger GmbH und normaler GmbH auf. Aber selbst wenn sie von ihren Umsätzen selbst gut leben können: Eine große Rendite für Investoren können sie in der Regel nicht versprechen.

Heißt das, dass sich Gemeinnützigkeit und Profit nicht ausschließen?

Oldenburg: Genau. Im alten Denkmuster war der Sozialssektor ein staatlich und durch Almosen finanzierter Reparaturbetrieb der Gesellschaft. Aber das ändert sich zum Glück. Es heißt nicht länger: Geld verdienen und damit etwas Gutes tun, sondern Geld verdienen, indem man etwas Gutes tut und Probleme löst.