

Soziale Arbeit

Soziale Innovation, soziale Investition, soziales Unternehmertum: Was können wir in der Schweiz aus internationalen Studien lernen?

Fachtagung «Soziale Innovation - Erfahrungen, Kontroversen,
Perspektiven», 2. Februar 2018, Olten

Miriam Wolf, Konstantin Kehl (ZHAW)
Jeremias Amstutz (FHNW)

Problem

Soziale Innovation entsteht an Schnittstellen zwischen Sektoren:

- Non-Profit-Organisationen nutzen Mechanismen der Wirtschaft
- For-Profits verfolgen neben ökonomischen auch soziale Ziele
- Chancen für den sozialen Sektor und die Lösung sozialer Herausforderungen vs. Befürchtung einer zunehmenden Ökonomisierung oder «Verbetriebswirtschaftlichung»
→ Begriffe *Social Business* und *Social Entrepreneurship*
- International und in den Nachbarländern der Schweiz: Forschung zu Social Entrepreneurship und Social Innovation (z.B. SEFORIS, SELUSI, WILCO, TEPsie, CrESSI, ITSSOIN)
- In der Schweiz kaum äquivalente Forschung, Diskussion z.T. isoliert im Kontext von Sozialfirmen (in der Arbeitsintegration)
- **Erkenntnisse übertragbar auf die Schweiz?**
Grundlage einer Forschungsagenda?

Begriffe

Soziale Innovation

Entwicklung von neuen Lösungen, um sozialen Problemen zu begegnen → neue Geschäftsmodelle, Dienstleistungen, Produkte, Organisationsstrukturen, Organisations- und Kooperationsformen

- Beitrag zu guten Lebensbedingungen
- Reagieren auf (gewandelte) Bedürfnisse (dringlich, legitim)

Soziale Investition

Investitionsmetapher in Abgrenzung zu konsumtiver Vorstellung: Einsatz von Knowhow, Netzwerken, Vertrauen, Einfluss, Werten etc. mit dem Ziel effektiver sozialer Problemlösung in Gesellschaft und ihre Zukunftsfähigkeit → Wirkung («Social Return»)

Soziales Unternehmertum

Organisationen, Akteure und Praktiken, die ökonomische und soziale Wertschöpfung verbinden → Steuerung Hybridisierungsprozesse

Innovation: Die Gesellschafts-Perspektive (ITSSOIN)

- Ergebnisse aus 7 Feldern sozialer Innovation erlauben kaum ein generalisierbares Bild, da Innovation zu feldspezifisch sind
- Orientierung einer Organisation an sozialen Problemen als zentrales Merkmal (mehr noch als ihre Wertvorstellungen)
- Offenheit gegenüber Einflüssen von aussen, bspw. Bereitschaft für sektorenübergreifende Kooperationen
- Lokale Verankerung der Organisationen = Legitimität!
- Einbezug von Freiwilligen (Lebenserfahrung, Berücksichtigung heterogener Lebenswelten)
- Alter einer Organisation hat kaum Einfluss auf Innovationskraft
- Sektorenübergreifende Kooperationen («cross sector collaborations») sind entscheidend für soziale Innovation und sollten deshalb noch stärker in den Fokus rücken

Investition: Die Business-Perspektive (MEFOSE)

- Sozialunternehmen stossen stellenweise vielversprechende soziale Innovationen, sind aber nicht notwendigerweise innovativ im Sinne der Definition
- Finanzierung: Wie die meisten anderen («konventionellen») Organisationen greifen sie in aller Regel auf einen Mix von öffentlichen und privaten Ressourcen zurück
- Direkte Leistungsentgelte spielen – vor allem in den ersten beiden Jahren ihrer Existenz – nur eine kleine Rolle; nur 24% ihres Einkommens kommt von der Zielgruppe (wichtiger: Spenden)
- Innovationen entstehen auch aus bereits etablierten Trägerorganisationen heraus (Intrapreneurship)
- Die grössten Chancen zur Verbreitung sozialer Innovationen eröffnen sich, wenn alle Akteure – grosse und kleine und aus unterschiedlichen Sektoren – kooperativ zusammenwirken!

Unternehmertum: Die Organisations-Perspektive (SEFORIIS)

- Alle untersuchten Organisationen weisen Hybridität auf
- In allen Ländern ausser Rumänien waren die sozialen Ziele und Charakteristiken dominanter als die wirtschaftlichen → Einkünfte als Mittel zum sozialen Zweck
- Beispiel Deutschland
- Sozialunternehmer (Bildungshintergrund) kommen meist aus den Sozial- und Verhaltenswissenschaften (36 Prozent); entgegen der gängigen Annahme, dass Sozialunternehmer aus der Wirtschaft kommen und in den sozialen Sektor «drängen» (nur 21 Prozent)
- Sozialunternehmen konkurrieren nicht mit klassischen Non-Profit-Organisationen, sondern kooperieren mit ihnen (36 Prozent: andere soziale Organisationen als Hauptnutzniesser)
- Mehrheit der Organisationen nicht neu; rund 36 Prozent bestehen seit 20 Jahren oder länger (auch in den anderen Ländern)



Übertragbarkeit der Ergebnisse auf die Schweiz: 11 Thesen für die Diskussion

- **These 1:** Die Diskussion über Sozialunternehmertum in der Schweiz verläuft relativ undifferenziert; es werden einige Arten von Sozialunternehmen (z.B. in der Arbeitsintegration) fokussiert, andere Organisationsformen finden kaum Betrachtung;
- **These 2:** Für die Schweiz als Innovationsweltmeister im technischen Bereich sollte es ein Leichtes sein, ihre Ideen und Fähigkeiten auch im sozialen Bereich zu mobilisieren;
- **These 3:** Die Rahmenbedingungen für Innovation sind in der Schweiz aufgrund von Kleingliedrigkeit und der Wichtigkeit von lokalen Lösungen besonders gut;
- **These 4:** Die Schweiz hat lange Erfahrungen mit Organisationsmodellen wie Genossenschaften – diese können gewinnbringend in den Diskurs eingebracht werden, zumal Innovation (wie die europäischen Erkenntnisse zeigen) offenkundig nicht ausschliesslich in modernen «Start-Up-Formen» geboren wird, sondern auch in lange etablierten Organisationsmodellen

Übertragbarkeit der Ergebnisse auf die Schweiz: 11 Thesen für die Diskussion

- **These 5:** Der «hybride» Wohlfahrtsstaat mit konservativen und liberalen Elementen bietet potenziell einen besonders fruchtbaren Boden für soziale Innovation und Unternehmertum;
- **These 6:** Der Hybridisierungsdiskurs muss in der Schweiz stärker geführt werden hinsichtlich der Frage, wie sich Sektoren vernetzen, voneinander profitieren und lernen können;
- **These 7:** Soziale Innovation und Unternehmertum sollte einen grösseren Stellenwert im Curriculum der Sozialen Arbeit und anderer sozialwissenschaftlicher Studiengänge bekommen;
- **These 8:** Soziale Innovationen und Unternehmertum müssen aktiv gestaltet und geprägt werden – jenseits von Schwarz-Weiss-Malerei;
- **These 9:** Die Schweiz muss eigene Forschung und Datensätze generieren, um sich in internationaler Forschung zu positionieren und die Kapazitäten für soziale Innovation zu nutzen;

Übertragbarkeit der Ergebnisse auf die Schweiz: 11 Thesen für die Diskussion

- **These 10:** Der Diskurs um Soziale Innovation verläuft in sozialwissenschaftlichen Fachdebatten und solchen der Sozialen Arbeit jeweils voneinander „abgeschottet“; gerade im Sozial- und Non-Profit-Management als Brückendisziplinen wäre das Potenzial vorhanden, Anknüpfungspunkte zu den empirischen Erkenntnissen, methodischen Zugängen und theoretischen Grundlagen der europäischen/internationalen Forschungsprojekte zu legen;
- **These 11:** Eine Forschungsagenda für die Schweiz sollte «cross sector collaborations» als Thema ins Zentrum stellen und an die internationalen Erkenntnisse anknüpfen (sofern geprüft wurde, inwieweit diese für den Schweizerischen Kontext zutreffen).



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit

Miriam Wolf (ZHAW), Konstantin Kehl (ZHAW) & Jeremias Amstutz (FHNW)