

Neue Wege für das Gemeinwohl gehen

Soziales Unternehmertum gewinnt auch in der Region an Relevanz / Gründer können dabei auf Unterstützung des Technologie- und Innovationszentrums Gießen zurückgreifen

Von Benjamin Lemper

GIESSEN. Social Entrepreneurs setzen ihre Kreativität, ihre Risikobereitschaft und ihren unternehmerischen Geist ein, um mit innovativen Ideen gesellschaftliche und ökologische Probleme möglichst zu überwinden sowie deren Ursachen zu beheben. Ein Mehrwert für das Gemeinwohl soll daher im Vordergrund stehen, Geld und Gewinne seien nur „Mittel zum Zweck“, sagt Christian Deiters, der für das Technologie- und Innovationszentrum Gießen (TIG) das Förderprogramm „Sozialinnovator Hessen“ in den Landkreisen Gießen, Lahn-Dill und Wetterau betreut und damit soziales Unternehmertum in der Region noch stärker verankern möchte. Das Potenzial sei jedenfalls vorhanden und der Bedarf wachse. Respekt zollt dem Regionalscout des TIG vor allem der „hohe persönliche Einsatz“ ab, mit dem sich die Gründerinnen und Gründer einbringen, obwohl oft auch eine gewisse „Tendenz zur Selbstausschöpfung“ festzustellen sei. Gleichzeitig warnt Deiters im Interview mit dieser Zeitung davor, „irgendwelche Luftschlösser“ zu bauen. „Ein eigenes Startup hochzuziehen, ist harte Arbeit. Ich kenne einige, die sich verheben haben.“

Das Interesse, ein sozial orientiertes Startup zu gründen, ist in den vergangenen Jahren kontinuierlich gestiegen. Was macht den Reiz aus?

Nun, wir haben aktuell viele soziale und ökologische Herausforderungen zu bewältigen. Gesamtgesellschaftliche Themen wie Klimawandel, Ressourcenverknappung, demographischer Wandel oder auch die Verkehrswende werden immer präsenter und betreffen immer mehr Menschen. Daher möchten viele nicht mehr nur profitorientiert gründen, sondern auch gesellschaftliche Verantwortung übernehmen.

Widerspricht das Konzept nicht betriebswirtschaftlicher Logik, Gewinne zu erzielen oder maximieren zu wollen?

Das kommt auf die Sichtweise an. Das Ziel eines Sozialunternehmens ist es, gesellschaftliche, soziale und ökologische Herausforderungen zu lösen. Das Geld ist hier nicht der Zweck, sondern das Mittel zum Zweck. Wenn man Profitmaximierung als einzigen Zweck von Wirtschaft definiert, ist Social Entrepreneurship als Widerspruch zu sehen. Aber auch Gewinne machen für ein Sozialunternehmen Sinn. Diese können wirkungsbezogen reinvestiert werden.

Was zeichnet erfolgreiche Sozialunternehmer aus?

Grundsätzlich kann man festhalten, dass Erfolg hier durch das Erkennen und Lösen von gesellschaftlichen Problemstellungen definiert wird. Optimal ist, wenn das Geschäftsmodell funktioniert, also die Idee wirtschaftlich tragfähig ist. Das kann man aber beliebig vertiefen. Zum Erfolg zählt für mich beispielsweise auch der Führungsstil. Werden Mitarbeiter in die Entscheidungsfindung einbezogen? Erfolgreiche Sozialunternehmer sollten zudem dafür Sorge tragen, dass die Organisation selbst sozial und ökologisch nachhaltig agiert.

Im Sommer 2020 ist vom Wirtschaftsministerium das Förderprogramm „Sozialinnovator Hessen“ aufgelegt worden. Inwieweit hat das tatsächlich für einen Schub gesorgt?

Durch das Programm haben sich die angehenden Social Entrepreneurs mit uns und auch untereinander vernetzt. Die Bereitstellung von zielgruppenspezifischer Beratung und kostenlosen Co-Working-Plätzen trug auch zu einer gesteigerten Gründungsbereitschaft bei. In Hessen macht sich die zunehmende gesellschaftliche und politische Anerkennung für das Thema bemerkbar. Durch den Mix an Kooperationspartnern lässt sich das Thema gut in die Breite tragen. Es werden Strukturen aufgebaut, um Gründungsberater zu unterstützen. Das „Social Entrepreneurship Netzwerk Deutschland“ (SEND) organisiert landesweite Infoveranstaltungen für poten-



Soziale Gründungen nehmen an Fahrt auf – und Regionalscout Christian Deiters hilft dabei, dass aus guten Ideen keine „Luftschlösser“ werden.

Foto: Friese/Archiv

zielle Gründer, die sich einen ersten Einblick verschaffen wollen.

Welche Potenziale sehen Sie generell für Sozialunternehmertum in Gießen und der Region?

In der Region in und um Gießen gibt es viel Potenzial. Das liegt allein schon an der Justus-Liebig-Universität und der Technischen Hochschule Mittelhessen. Durch die Gründungszentren der JLU sowie der THM, als auch durch das neue Projekt „StartMiUp“ der mittelhessischen Hochschulen gibt es für Studierende Möglichkeiten, das Handwerkszeug für Gründungen zu lernen. Das Technologie- und Innovationszentrum Gießen und seine Gesellschafter unterstützen Gründer*innen mit kostenfreier Beratung und Events. Nicht zu vergessen den monatlichen Gründerstammtisch. Zudem arbeitet die „Gründungsinitiative Mittelhessen“ daran, das Gründerökosystem zu verbessern und Lücken zu schließen. Hinzu kommt der „Sozialinnovator“.

Wie sind die vom Technologie- und Innovationszentrum Gießen betreuten Startups thematisch ausgerichtet?

Das TIG legt normalerweise den Fokus auf technologieorientierte Startups. Auch Social Entrepreneurs arbeiten oft auf einem hohen technologischen Level. Die Startups und Projekte, die wir vom TIG aus mit dem Sozialinnovator betreuen, sind sehr vielfältig. So haben wir zum Beispiel mit „upstream“ ein Upcycling-Startup, mit „espero“ und „right2ride“ zwei Commerce-Startups mit starker gesellschaftlicher Komponente und mit „dasgute.haus“ eine gemeinnützige Sozial- und Kulturgenossenschaft, die sich die Unterstützung und Vernetzung von Menschen aller Generationen vorgenommen hat. Darüber hinaus ist die flux-werk gGmbH mit dem „MAGIE – Makerspace Gießen“ im Programm aufgenommen worden. Und das sind natürlich noch nicht alle.

Auf welche Weise sind Sie mit dem TIG hier tätig geworden?

Geschäftsführerin Antje Bienert und ich sorgen dafür, dass der „Sozialinnovator“ in der Region bekannt wird. Uns ist wichtig, möglichst viele Menschen für das Thema „Social Entrepreneurship“ zu begeis-

tern. Die Bandbreite reicht von eigenen Events bis hin zur Kommunikation auf Netzwerkveranstaltungen. Die Gründer, die am Programm teilnehmen, werden durch SEND betreut und in ihrem Gründungsprozess begleitet. Das TIG hat den Anspruch, die Programmteilnehmer zu fördern und bei allgemeinen Fragestellungen beispielsweise in der Öffentlichkeitsarbeit oder mit dem Netzwerk zu unterstützen. Auch bieten wir Co-Working-Plätze an, um die Gründer finanziell etwas zu entlasten und ihnen bestmöglich zu helfen.

Welches Projekt hat Sie besonders beeindruckt?

Wenn ich ehrlich bin, sind es nicht die Projekte, die mich beeindruckten. Wenn ich eines beim Aufbau der Plattform social-startups.de oder dem „Sozialinnovator“ gelernt habe, dann die Tatsache, dass ein Projekt nur so gut ist, wie deren Gründer und das Team. Mir imponiert jeder Gründer und jede Gründerin, die ernsthaft ein gesellschaftliches Problem lösen wollen und dafür bereit sind, hohen persönlichen Einsatz zu bringen und auf viel Komfort zu verzichten, den etwa ein Anstellungsverhältnis bieten würde. Das verdient Respekt.

Die Ideen, mit denen die Gründer antreten, klingen immer sehr gut. In der Regel werden ja hehre Ziele verfolgt. Gibt es eigentlich auch Schattenseiten?

Nicht jeder ist als Gründer geeignet, und ein eigenes Startup hochzuziehen, klingt immer so leicht. Es ist harte Arbeit, ich kenne einige, die sich verheben haben. Ein Problem – gerade bei Social Entrepreneurs – ist, dass eine starke Tendenz zur Selbstausschöpfung existiert. Man sollte von seiner Arbeit auch selbst leben können. Der Spagat zwischen der Wirkung und der finanziellen Tragfähigkeit ist natürlich ein Risiko, was auch zu einem sogenannten „Mission Drift“ führen kann. Dazu kommen dann noch Herausforderungen wie die Finanzierung. Die stellt eines der größten Probleme in dem Sektor beim Aufbau eines eigenen Startups dar. Es mangelt an geduldigem Kapital.

Inwiefern entstehen Abhängigkeiten, wenn man zumindest anfangs stärker auf staatliche Hilfen oder private finan-

zielle Unterstützung angewiesen ist?

Wer mit privater finanzieller Unterstützung ins Startup-Rennen geht, ist selbstverständlich von seinem eigenen finanziellen Spielraum abhängig. Dies kann das Wachstumspotenzial anfänglich einschränken. Auch wer Freunde und Familie einbezieht, kann in Abhängigkeit geraten. Der Spruch „Bei Geld hört die Freundschaft auf“ kommt nicht von ungefähr. Staatliche Fördermittel haben nicht selten bessere Konditionen als Kredite und Unternehmensbeteiligungen. Die Abhängigkeiten sind auch nicht größer als bei einem klassischen Unternehmen, das einen Kredit bei der Bank aufnimmt.

Was empfehlen Sie jemandem, der mit dem Gedanken spielt, sich ein Sozialunternehmen aufzubauen?

Wer sich damit trägt, sollte sich intensiv mit dem Impact, also der sozialen oder ökologischen Wirkung, beschäftigen. Ich kenne Gründer, die „einfach mal etwas“ gründen wollen und nachträglich versuchen, eine sozialunternehmerische Komponente drüberzustülpen. Das funktioniert aber nicht immer – und selbst wenn, vergeudet man dadurch Potenzial. Wer sich schon früh mit dem zu lösenden gesellschaftlichen Problem auseinandersetzt, hat allerdings die Möglichkeit, viel zu erreichen. Viele Social Entrepreneurs sind damit übrigens gut vertraut. Angehörige oder sie selbst zählen nicht selten auch zur Zielgruppe.

Welche weiteren Fehler können gemacht werden?

Ein großer Fehler ist, Annahmen zu treffen, ohne diese zu überprüfen. Es ist nur eine Seite der Medaille, ein gesellschaftliches oder ökologisches Problem zu identifizieren und eine Lösung anzustreben. Wichtig ist, das Wirkungs- und Geschäftsmodell sowie die getroffenen Annahmen in der Realität auf die Wirksamkeit und Funktionalität hin abzuklopfen. Man entwickelt sonst vielleicht am Markt vorbei.

Wann würden Sie eher von einem solchen Ansinnen abraten?

Ich selbst bin zwar kein Gründungsberater, es gibt aber Momente, in denen ich mich frage, ob die gründenden Personen sich überhaupt ernsthaft mit der eigenen Idee beschäftigt haben. Sobald

irgendwelche Luftschlösser gebaut werden, ein Impact ausgerechnet wird, der so niemals eintreten kann, oder mit Greenwashing hantiert wird – ja dann kann es schon schwierig werden, dann kann ein Vorhaben mal nach hinten losgehen. Aber komplett abgeraten habe ich bisher noch niemandem.

Im „Deutschen Social Entrepreneurship Monitor“ äußert eine große Mehrheit der Befragten „deutliche Unzufriedenheit mit der Politik“. Was erwarten Sie?

Ich habe erst kürzlich wieder mit Birgit Heilig, Vorständin bei SEND, darüber gesprochen. Social Entrepreneurship muss als Baustein und Querschnittsthema bei der Lösung komplexer gesellschaftlicher Herausforderungen behandelt werden. Es wäre schön, wenn es eine klare ressortübergreifende Koordination und klare Zuständigkeiten seitens der Politik gäbe. Das Fehlen von finanziell unterstützenden Rahmenbedingungen ist ebenfalls ein Nachteil. Auch das hat der Monitor zutage gefördert. Es müssen unterschiedliche Finanzierungsinstrumente aufgebaut werden, die klar auf Sozialunternehmen abzielen. Wichtig ist ferner der Aufbau sozialer Innovations- und Gründungszentren.

GRÜNDERSTAMMTISCH

Der nächste (virtuelle) Gründerstammtisch Gießen steht am Mittwoch, 9. Juni, ab 19 Uhr ganz im Zeichen von Social Entrepreneurship. Zu Gast ist unter anderem Birgit Heilig, Vorstandsmitglied des Social Entrepreneurship Netzwerks Deutschland (SEND). SEND baut wichtige Brücken zwischen Politik, Zivilgesellschaft, Wohlfahrt und klassischer Wirtschaft, um den positiven Wandel in der Gesellschaft voranzutreiben und die Rahmenbedingungen für soziale Innovationen zu verbessern. Die Moderation übernimmt Christian Deiters. Drei Gründerinnen stellen zudem ihre Projekte und Startups vor. Eine Anmeldung per E-Mail an info@tig-gmbh.de ist erforderlich, der Link für die Teilnahme wird vor der Veranstaltung zugesandt.

Weitere Infos im Internet: www.tig-gmbh.de; www.send-ev.de