Social Entrepreneurship – Kristallationsfeld der Widersprüche zwischen Staat und Markt

Barbara Glinsner, Ursula Holtgrewe, Irina Vana und Katharina Handler - Zentrum für soziale Innovation

Der vorgeschlagene Beitrag diskutiert auf Basis von mehreren von der EU-geförderten Forschungs- und Implementierungsprojekten das widersprüchliche Verhältnis zwischen Staat und Markt im Bereich „Social Entrepreneurship“ in Österreich und zieht einen Vergleich zur Situation in den Ländern Zentral- und Osteuropas.

„Social Entrepreneurship“ bzw. „Social Business“ sind relativ junge Konzepte, die aber auf politischer, wissenschaftlicher und praxisorientierter Ebene im letzten Jahrzehnt enorm an Bedeutung und Popularität gewonnen haben. Jedoch mangelt es – wohl auch aufgrund der unterschiedlichen Interessen und Zielsetzungen, die mit diesen Konzepten verbunden sind – an einer guten Abgrenzung der Begriffe (Nicolls 2010, Dimmel 2016). Shockley und Frank (2011) etwa definieren „Social Entrepreneurship“ als „the demand-side process of responding to social needs that leads to large-scale social change“ (S. 182). Die Autoren, die einer schumpeterischen Konzeption von Unternehmertum folgen, betonen, dass „Social Entrepreneurship” in dieser Lesart nicht mit einem bestimmten Sektor verbunden ist. Der privatwirtschaftliche Bereich ist daher nur ein möglicher für Social Entrepreneurs. Demgegenüber stehen Definitionen, in denen das Lösen sozialer und gesellschaftlicher Probleme mit einer Marktorientierung verknüpft wird (vgl. Smith, Gonin, Besharov 2013, Yunus 2017). Im Idealfall lösen Social Businesses also soziale Probleme und erwirtschaften damit kleine Gewinne, die sie in die Weiterentwicklung ihres Unternehmens reinvestieren (siehe auch EU Social Business Initiative[1]). Möglicherweise aber hat die Unschärfe der Definition auch politisch-legitimatorische Vorteile: zwischen neoliberaler Disruption, innovativen oder experimentellen Ansätzen etablierter Wohlfahrts-Akteure, Basis- und Betroffeneninitiativen und -bewegungen kann alles darunter fallen und argumentiert werden.

Der Beitrag skizziert – auf der Basis einiger am ZSI durchgeführter Implementierungs- und Vernetzungsprojekte – zunächst eine mögliche Typologie sozialer Unternehmen in Österreich und geht dann der Frage nach, wie soziale Unternehmen sich in veränderte Verhältnisse von Markt und Staat einfügen. Diese sind jeweils vor dem Hintergrund der Institutionalisierung des Sozialstaates und seiner Ausrichtung zu betrachten. Dabei macht es einen Unterschied, ob man Social Entrepreneurship in Wohlfahrtsstaaten mit einer hohen „state capacity“ (Shockley & Frank, 2011) wie etwa Österreich oder solchen mit geringeren Kapazitäten, wie etwa in Ost- und Südosteuropa beleuchtet.

Das Erstarken von „Social Entrepreneurship“ muss im Kontext von Veränderungen des Sozialstaats betrachtet werden. Zunächst sahen sich viele Regierungen mit dem Vorwurf konfrontiert, mit klassisch staatlichen oder Versicherungs- Instrumenten nicht mehr adäquat auf gesellschaftliche Herausforderungen antworten zu können. Auch linke Sozialstaatskritik bemängelte die bürokratischen und paternalistisch-entmündigenden Umgangsweisen mit BürgerInnen, die Unterstützung benötigen. Im Weiteren durchlebten traditionelle Sozialstaaten einen Umbau in Richtung Vermarktlichung, die verstärkte Implementierung von New-Public-Management (inkl. Kund_innenorientierung und leistungsorientierten Kennzahlensystem), die Bürger_innen und Klient_innen verstärkt als Kund_innen und quasi-Wirtschaftssubjekte modellierte und zu formieren sucht (Stichwort Aktivierung). Schließlich hat sich der Staat im Zuge der Austeritätskrise aus einigen

[1] 5 https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:52011DC0682

Bereichen – u.a. bei der Erbringung von Dienstleistungen im öffentlichen Interesse – zurückgezogen, und private Akteur_innen haben diese Funktionen und Aufgaben übernommen.

Diese Entwicklungen haben das Interesse an privaten, marktwirtschaftlichen Lösungen befeuert, denen mitunter ein höheres Innovations- und Problemlösepotenzial zugeschrieben wird. Schließlich hat seit einigen Jahren auch die EU in einer Reihe politischer Initiativen wesentlich dazu beigetragen, „Social Entrepreneurship" zu fördern und zu bewerben. Neben der Zielsetzung sozialstaatliche (Dienst-)Leistungen von privatwirtschaftlichen Akteur_innen erbringen zu lassen, ist damit die Hoffnung verknüpft Wachstum, das „smart", „sustainable" und „inclusive"[2] ist zu erreichen, sowie - für die Social Entrepreneurs selbst - Beschäftigungsmöglichkeiten in Eigenverantwortung und mit Sinnperspektive zu kreieren.

Das Erstarken von „Social Entrepreneurship" ist jedoch nicht notwendigerweise mit einem Rückzug des Staates gleichzusetzen. Vielmehr verändern sich die Funktionen von Staat und Markt. Der Staat tritt nun stärker in die Rolle des Förderers und Kontrolleurs (mit der entsprechenden Bürokratie) und fokussiert auf die Schaffung und das Funktionieren von Quasi-Märkten. Zudem kann er Lösungen, die durch Social Entrepreneurs erprobt wurden, übernehmen, implementieren und so zu deren Institutionalisierung und „Up-scaling" beitragen. Auch Akteure aus der Wirtschaft wie Unternehmensberatungen und Finanzdienstleister entwickeln Interessen im Feld, das gleichzeitig neue Märkte, Sinnressourcen für die Beschäftigten und Experimentierfelder für neue Konzepte und Modelle verheißt.

In Ländern mit geringerer „state capacity" (Shockley & Frank, 2011), wie den rudimentären Wohlfahrtsstaaten Osteuropas, nimmt „Social Entrepreneurship" einen anderen Stellenwert ein. Im Gegensatz zu Ländern mit hoher state capacity basiert „Social Entrepreneurship" stärker auf bottom-up-Prozessen (ebd.). Soziale Unternehmen agieren in diesen Ländern stärker in Bereichen, die z.B. in Österreich, traditionell als sozialstaatliche Aufgabe gesehen werden, wie etwa im Bereich der Arbeitsmarktintegration.

Private bzw. privatwirtschaftliche Initiativen setzen sich erstmals mit den Bedürfnissen bestimmter sozialer Gruppen (z. B. den Erwerbsnotwendigkeiten von Müttern, die nicht Vollzeit arbeiten können) auseinander und leisten einen wichtigen Beitrag dazu, diese in der Wahrnehmung durch die Mehrheitsbevölkerung aus der Marginalität zu holen. Beispielsweise werden in Serbien für von Menschenhandel betroffene Frauen Arbeitsgelegenheiten im Gastgewerbe geschaffen und alte Traditionen der landwirtschaftlichen Kooperativen aufgegriffen, um für Menschen mit psychischer oder physischer Beeinträchtigung Arbeitsgelegenheiten zu schaffen. Nichtdestotrotz spielt auch in diesen Ländern der Staat eine wichtige Rolle bei der Verbreitung und Institutionalisierung von „Social Entrepreneurship", z.B. durch entsprechende Rahmengesetzgebungen. Das Beispiel von Ungarn zeigt außerdem, wie die enge Verflechtung von Sozialsektor und Staat dann problematisch ist, wenn letzterer aus ideologischen Gründen verlangt, bestimmte vulnerable Zielgruppen auszuschließen.

Die Widersprüchlichkeiten zwischen Markt und Staat, die sich am Beispiel von „Social Entrepreneurship" kristallisieren, machen deutlich, dass soziale Unternehmen nicht einfach als Ausdruck von staatlichem Rückzug und Sozialabbau zu betrachten sind. Um sie herum gruppiert sich das Feld von staatlichen, zivilgesellschaftlichen und wirtschaftlichen Akteuren neu und bildet neue Wechselbeziehungen von Kooperation, Konkurrenz, Herrschaft und Partizipation.

---

[2] http://ec.europa.eu/internal_market/publications/docs/sbi-brochure/sbi-brochure-web_en.pdf

Literatur:

Dimmel, N. (2016): Social Entrepreneurship als sozialpolitische Innovation? Eine Ideologiekritik. In: Meichenitsch, K., Neumayr, M. & Schenk, M. [Hrsg.]: Neu! Besser! Billiger! Soziale Innovation als leeres Versprechen. Wien: Mandelbaum. 88-108.

Nicholls, A. (2011): The Legitimacy of Social Entrepreneurship: Reflexive Isomorphism in a Pre-Paradigmatic Field. In: *Entrepreneurship theory and practice*, *34*(4), 611-633.

Shockley, G. E., & Frank, P. M. (2011): The functions of government in social entrepreneurship: Theory and preliminary evidence. *Regional Science Policy & Practice*, 3(3), 181-198.

Smith, W. K., Gonin, M., & Besharov, M. L. (2013): Managing social-business tensions: A review and research agenda for social enterprise. *Business Ethics Quarterly*, 23(3), 407-442.

Yunus, M. (2017): Social business entrepreneurs are the solution. In: Hafenmayer Stefanska, J. & Hafenmayer, W. [Hrsg.] *The Future Makers*. London/New York: Routledge. 219-225

Internetquellen:

http://ec.europa.eu/internal_market/publications/docs/sbi-brochure/sbi-brochure-web_en.pdf

https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:52011DC0682