

Federwisch, Tobias

Book Part

Soziales Unternehmertum im ländlichen Raum: Perspektiven einer neuen Anpassungsstrategie

Provided in Cooperation with:

ARL – Akademie für Raumentwicklung in der Leibniz-Gemeinschaft

Suggested Citation: Federwisch, Tobias (2014) : Soziales Unternehmertum im ländlichen Raum: Perspektiven einer neuen Anpassungsstrategie, In: Grotheer, Swantje Schwöbel, Arne Stepper, Martina (Ed.): Nimm's sportlich - Planung als Hindernislauf, ISBN 978-3-88838-389-2, Verlag der ARL - Akademie für Raumforschung und Landesplanung, Hannover, pp. 98-109, <https://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:0156-3892101>

This Version is available at:

<https://hdl.handle.net/10419/102933>

Standard-Nutzungsbedingungen:

Die Dokumente auf EconStor dürfen zu eigenen wissenschaftlichen Zwecken und zum Privatgebrauch gespeichert und kopiert werden.

Sie dürfen die Dokumente nicht für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, öffentlich zugänglich machen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Sofern die Verfasser die Dokumente unter Open-Content-Lizenzen (insbesondere CC-Lizenzen) zur Verfügung gestellt haben sollten, gelten abweichend von diesen Nutzungsbedingungen die in der dort genannten Lizenz gewährten Nutzungsrechte.

Terms of use:

Documents in EconStor may be saved and copied for your personal and scholarly purposes.

You are not to copy documents for public or commercial purposes, to exhibit the documents publicly, to make them publicly available on the internet, or to distribute or otherwise use the documents in public.

If the documents have been made available under an Open Content Licence (especially Creative Commons Licences), you may exercise further usage rights as specified in the indicated licence.



<http://creativecommons.org/licenses/by-nd/3.0/de/>

Tobias Federwisch

Soziales Unternehmertum im ländlichen Raum. Perspektiven einer neuen Anpassungsstrategie

URN: urn:nbn:de:0156-3892101



CC-Lizenz: BY-ND 3.0 Deutschland

S. 98 bis 109

Aus:

Swantje Grotheer, Arne Schwöbel, Martine Stepper (Hrsg.)

Nimm´s sportlich – Planung als Hindernislauf

16. Junges Forum der ARL
29. bis 31. Mai 2013 in Kaiserslautern

Arbeitsberichte der ARL 10

Hannover 2014

Tobias Federwisch

Soziales Unternehmertum im ländlichen Raum. Perspektiven einer neuen Anpassungsstrategie

Gliederung

- 1 Einleitung
- 2 Soziales Unternehmertum in Deutschland
- 3 Soziales Unternehmertum im ländlichen Raum
- 4 Unterstützung von Sozialunternehmen im ländlichen Raum
- 5 Potenzialentwickler im ländlichen Raum
- 6 Abschluss

Literatur

Kurzfassung

Viele ländliche Räume sind geprägt durch eine wechselseitige Verstärkung von strukturellen, wirtschaftlichen und demographischen Herausforderungen. Interessanterweise gibt es seit einiger Zeit Bestrebungen, diese Herausforderungen auch mit unternehmerischen Mitteln zu bewältigen. Infolgedessen lassen sich zahlreiche sozialunternehmerische Initiativen beobachten, deren Protagonisten gesellschaftliche Verantwortung übernehmen und Veränderungsprozesse initiieren wollen. Dabei erlangen sogenannte Potenzialentwickler eine besondere Bedeutung, da sie innovative Lösungsansätze entwickeln und das Leistungsvermögen der Menschen vor Ort systematisch fördern.

Schlüsselwörter

Social Entrepreneurship – Ashoka – entersocial – Potenzialentwickler – Dorfkümmerner – Empowerment

Social enterprise in rural areas. Prospects of a new strategy of adaptation.

Abstract

Many rural areas are affected by economic, social and demographic challenges which partly even intensify each other. For some time now, efforts have been made to meet these challenges also by means of entrepreneurship. Today, a number of initiatives based on social entrepreneurship want to assume social responsibility and initiate processes of change. In this process, particular importance should be attached to players (such as village caretakers) who develop innovative approaches and systematically support the capabilities of the rural population.

Keywords

Social Entrepreneurship – Ashoka – entersocial – village caretaker – empowerment

1 Einleitung

Viele ländliche Räume sind geprägt durch eine wechselseitige Verstärkung von strukturellen, wirtschaftlichen und demographischen Herausforderungen. Dabei entfernen sich vor allem peripher gelegene und/oder von Transformationsprozessen besonders betroffene Regionen weiter von den gesamtdeutschen Entwicklungen. In der Folge wird es vielerorts zusehends unsicherer, ob die wichtigsten Funktionen der Daseinsvorsorge sichergestellt werden können. Hierzu gehören beispielsweise die Nahversorgung mit Lebensmitteln, die Grundversorgung mit Dienstleistungen oder die Gefahrenabwehr.

Im Rahmen (inter-)nationaler Förderprogramme wird versucht, die dargestellten Entwicklungen positiv zu beeinflussen. Wenngleich die Förderpolitik zum Abbau von Defiziten beigetragen hat, bestehen die strukturellen, wirtschaftlichen und demographischen Herausforderungen vielerorts fort. Daher wird diesen Herausforderungen immer häufiger mit neuen Anpassungsstrategien begegnet. In der Folge lassen sich auch sozial innovative Projekte und sozialunternehmerische Aktivitäten beobachten, deren Protagonisten nachhaltige Veränderungsprozesse initiieren wollen.

Der vorliegende Beitrag setzt sich – aus Sicht der Praxis – mit den jüngsten sozialunternehmerischen Entwicklungen im ländlichen Raum auseinander und fragt nach den Perspektiven dieser neuen Anpassungsstrategie. Zu diesem Zweck wird zunächst auf die „Neue Soziale Ökonomie“ in Deutschland eingegangen, die sich durchaus von der klassischen Sozialwirtschaft unterscheidet. Im zweiten Schritt werden konkrete sozialunternehmerische Aktivitäten im ländlichen Raum vorgestellt, mit denen die Herausforderungen bewältigt, Erwerbsperspektiven geschaffen und die Lebensbedingungen gesteigert werden können. Im dritten Schritt wird das Pilotprojekt „entersocial“ thematisiert, mit dem erstmals sozialunternehmerische Aktivitäten im ländlichen Raum Brandenburgs systematisch unterstützt werden. Abschließend wird die Bedeutung von Potenzialentwicklern erörtert und deren Aktivitäten am Beispiel der Dorfkümmerner in Brandenburg verdeutlicht.

2 Soziales Unternehmertum in Deutschland

Beginnen wir also mit dem sozialen Unternehmertum in Deutschland, das auf den ersten Blick gar nicht so neu erscheint. Immerhin gibt es die klassische Sozialwirtschaft mit ihren Genossenschaften, Wohlfahrtsorganisationen, Stiftungen oder ideellen Vereinigungen schon seit dem Beginn der industriellen Revolution in Deutschland (vgl. Birkhölzer 2011). Im Verlauf des 20. Jahrhunderts kamen vielfältigste Integrationsunternehmen, Freiwilligenagenturen oder Qualifizierungsgesellschaften hinzu, mit deren Hilfe nicht zuletzt die Transformation zur postindustriellen Gesellschaft gelingen sollte (vgl. Birkhölzer 2011; Ehrlich/Lang 2012: 9 f.). Gemeinsam ist all diesen Institutionen, dass sie ein starkes Band zwischen sich, dem Staat, der Kirche oder einzelnen Großunternehmen geknüpft und somit die soziale Ökonomie in Deutschland jahrzehntelang maßgeblich geprägt haben.

Interessanterweise entwickelt sich seit einigen Jahren neben der klassischen (und dominierenden) Sozialwirtschaft aber auch eine „Neue Soziale Ökonomie“. Dies begründet sich vor allem damit, dass die neuen Krisen und Katastrophen – wie beispielsweise die aktuelle Finanzkrise, die geopolitischen Herausforderungen oder die Risiken des Klimawandels – ein Umdenken bei vielen Menschen befördert haben. So stellen immer mehr Menschen kritische Fragen an das etablierte System der internationalen, neoliberalen Politischen Ökonomie (vgl. Jessop 1997) und beginnen, sich für sozial innovative Lösungsansätze sowie Social Entrepreneurship und Social Business zu interessieren (vgl. Yunus 2008; Spiegel 2011a; Spiegel 2011b; Hackenberg/Empter 2011; Jähne/Christmann/Balgar 2011; Genisis Institute/Vodafone Stiftung 2012). Vor allem junge Menschen stellen ihre beruflichen Ziele häufig in einen neuen Kontext und suchen nach sozial innovativen und problemlösenden Geschäftsmodellen sowie nach sinnvollen Beschäftigungsmöglichkeiten in der „Neuen Sozialen Ökonomie“.

Das Besondere an dieser „Neuen Sozialen Ökonomie“ ist, dass deren Protagonisten einige Probleme spätmoderner Gesellschaften mit *marktfähigen* Produkten und Dienstleistungen bewältigen möchten (vgl. Abb. 1). Dabei orientieren sich die Akteure gar nicht so sehr an den gesetzlich geregelten „Quasi-Märkten“ (vgl. Stiftung Mercator 2012: 5), die für die wohlfahrtsstaatliche Leistungserbringung der klassischen Sozialwirtschaft notwendig sind. Im Gegenteil: Sie machen sich einen Wertewandel im Konsumverhalten vieler Menschen zunutze, die zunehmend die ökologische Verträglichkeit und die soziale Gerechtigkeit von Produkten und Dienstleistungen sowie die Transparenz in der Herstellung von Produkten und die Partizipation bei der Produktgestaltung in den Blick nehmen (vgl. Stehr 2007; Schmid/Gäbler 2012). Somit ist die „Neue Soziale Ökonomie“ vor allem dadurch gekennzeichnet, dass sie soziale Innovationen zur Marktreife bringt und erfolgreich auf „Freien Märkten“ anbietet.

Abb. 1: Soziale Ökonomie in Deutschland (vereinfachte Darstellung)

Klassische Sozialwirtschaft (Auswahl)		Neue Soziale Ökonomie (Auswahl)	
Wohlfahrts- unternehmen	Integrations- unternehmen	Soziale Entrepreneure	Beratungs- unternehmen
Bsp.: Altenheime, Pflegeheime etc.	Bsp.: Behinderten- werkstätten etc.	Bsp.: Dialog im Dunkeln, co2-online	Bsp.: Social Impact betterplace.org
Finanzierung über „Quasi-Märkte“ / Innovationen über Intrapreneurship		Finanzierung über Spenden, Corporate Social Responsibility, „Freie Märkte“ / Innovationen über Entrepreneurship	

Dass die „Neue Soziale Ökonomie“ einige empirische Relevanz besitzt, zeigt sich nicht zuletzt am wachsenden Netzwerk deutscher Ashoka-Fellows.¹ Dabei können Ashoka-Fellows als herausragende Sozialunternehmer verstanden werden, die drängende gesellschaftliche Probleme mit unternehmerischen Mitteln und unter Verwendung

¹ Ashoka versteht sich als die „älteste und größte Organisation zur Förderung von Sozialunternehmern (oder englisch Social Entrepreneurs). Sie ist eine überkonfessionelle, überparteiliche Organisation mit Hauptsitz in Washington und gemeinnützigen Tochtergesellschaften rund um die Welt. Ashoka wurde 1980 vom Sozialunternehmer Bill Drayton gegründet. Ashoka ist heute in knapp 70 Ländern aktiv und fördert mehr als 2.800 Sozialunternehmer (sogenannte Ashoka Fellows). Die ersten Fellows wurden 1980 in Indien ausgewählt“. Übrigens: Der Begriff „Ashoka“ kommt aus dem Sanskrit und bedeutet „das aktive Überwinden von Missständen“ (<http://germany.ashoka.org>; 07.04.2014).

neuer Ressourcen lösen können (vgl. Oldenburg 2011; Ashoka 2012; Genis Institute/Vodafone Stiftung 2012). In Deutschland gibt es mittlerweile 51 Ashoka-Fellows (Stand: Oktober 2012), die allesamt eindrucksvoll zeigen, dass sich ökonomische und soziale Aktivitäten nicht gegenseitig ausschließen müssen. Vielmehr zeigen die drei nachfolgenden Beispiele, dass ökonomische und soziale Aktivitäten eine Symbiose eingehen und bürgerschaftliches Engagement begünstigen können:

Beispiel 1: So gestaltet und organisiert Andreas Heinecke seit dem Jahr 2000 Ausstellungen, Seminare und Veranstaltungen, die mit dem „Dialog im Dunkeln“, dem „Dialog im Stillen“ und dem „Dialog mit der Zeit“ ein viel beachtetes Format gefunden haben. Dabei führt er die (zumeist gesunden) Besucher in die Welt von Menschen mit spezifischen Behinderungen ein und sensibilisiert sie für die Herausforderungen und Potenziale (sic!) eines Lebens mit Behinderungen. Mit außergewöhnlichem Erfolg: Rund 650 Mitarbeiter begeistern jährlich mehr als 700.000 Besucher in Afrika, Asien, Europa, Nord- und Südamerika und dem mittleren Osten. Darüber hinaus haben bereits 7.000 behinderte Menschen gesellschaftliche Anerkennung erhalten und ihr Einkommen nachhaltig gesichert (vgl. Ashoka 2012: 34 f.).

Beispiel 2: Der promovierte Politologe Johannes Hengstenberg reagiert mit „co2-online“ auf die Herausforderungen des Klimawandels sowie das damit verbundene Energie- und Kostenproblem. So ist für private Haushalte, Handel und Gewerbe nicht nur die Hälfte des Kohlendioxidausstoßes vermeidbar, sondern auch die mit den steigenden Energiepreisen verbundene Kostenspirale. Johannes Hengstenberg nimmt diesen Aspekt zum Anlass, um mithilfe von „co2-online“ in sechs Ländern (Deutschland, Österreich, Italien, Spanien, Griechenland, Schweiz) über den jeweiligen Energieverbrauch und die Sparmöglichkeiten zu informieren. Im Zuge dessen wurden zwischen 2004 und 2012 erstaunliche 4.500.000 Online-Beratungen abgeschlossen sowie signifikante Energie- und Kostenersparnisse erzielt (vgl. Ashoka 2012: 36 f.).

Beispiel 3: Mit seiner Online-Plattform „betterplace.org“ reagiert Till Behnke auf drei zentrale Probleme im Bereich des Spendens: erstens auf die hohen Kosten beim Fundraising, zweitens auf die mangelnde Spendenbereitschaft jüngerer Menschen, drittens auf die fehlende Transparenz und die immer wiederkehrenden Skandale bei vielen gemeinnützigen Organisationen. Mithilfe von „betterplace.org“ gelingt es Till Behnke, den Spendensektor maßgeblich zu vereinfachen, deutlich zu verjüngen und die Beziehung zwischen Spendern und Begünstigten insgesamt transparenter zu machen. So fließen 100% der – über die Online-Plattform generierten – Spenden an die Projektträger, die bislang 26.000 Projekte in 122 Ländern realisieren konnten (vgl. Ashoka 2012: 14 f.).

Inspiziert von den neuen Sozialunternehmern wie beispielsweise Andreas Heinecke, Johannes Hengstenberg oder Till Behnke kann man konstatieren, dass bestimmte soziale Probleme tatsächlich auf marktnahe Weise bearbeitet werden können. Auch wenn viele der neuen Sozialunternehmen zumeist (noch) recht klein, (noch) lokal begrenzt und somit (noch) ein Nischenphänomen mit geringen Umsätzen und Mitarbeiterzahlen sind (vgl. Stiftung Mercator 2012: 7): Die Social Entrepreneurs stoßen zweifelsohne vielversprechende soziale Innovationen an und fördern – quasi nebenbei – die deutsche Engagementkultur und das unternehmerische Denken vieler junger Menschen. Interessanterweise lassen sich sozialunternehmerische Aktivitäten aber auch fernab der urbanen Zentren mit ihren kreativen Milieus und gut ausgebildeten Menschen – oder genauer: in der Peripherie des ländlichen Raumes – beobachten. Angesichts der strukturellen, wirtschaftlichen und demographischen Herausforderungen ist nämlich gerade der ländliche Raum prädestiniert für ein neues sozialunternehmerisches Handeln und für bürgerschaftliches Engagement.

3 Soziales Unternehmertum im ländlichen Raum

Und tatsächlich: Der ländliche Raum benötigt sozialunternehmerische Antworten auf die aktuellen strukturellen und wirtschaftlichen Herausforderungen.² So reicht die Dynamik der ländlichen Wirtschaft häufig (und insbesondere in Ostdeutschland, vgl. Willisch 2012) nicht aus, um eine hinreichende Anzahl von Ausbildungs- und Arbeitsplätzen zur Verfügung zu stellen. Infolgedessen pendeln viele Menschen mit erheblichen Zeitverlusten zwischen ihren Wohnorten im ländlichen Raum und ihrem Arbeitsort im verstädterten Raum. Mehr noch: Vor allem junge und gut qualifizierte Menschen verlassen die ländlichen Räume dauerhaft – zurück bleiben ältere Menschen und viele jener jungen Menschen, die weniger gut qualifiziert sind.

Der demographische Wandel mitsamt der damit verbundenen Schrumpfung untermauert den Bedarf an sozialunternehmerischen Antworten: So wird es in vielen ländlichen Räumen zusehends unsicherer, ob die Nahversorgung mit Lebensmitteln oder die Grundversorgung mit Dienstleistungen gewährleistet werden kann (vgl. BBR 2009). Demgegenüber fordert eine kontinuierlich älter werdende Bevölkerung ein dichtes Netz an Versorgungseinrichtungen, die über die öffentlichen Haushalte jedoch kaum noch finanziert werden können. In der Folge wird eine Abwärtsspirale in Gang gesetzt, die nicht nur die Daseinsvorsorge, sondern vor allem die Attraktivität und langfristige Entwicklung des ländlichen Raumes insgesamt gefährdet.

Problematisch ist, dass trotz einer intensiven Förderpolitik keine Wende in den oben dargestellten Entwicklungen erkennbar ist. So ist es nach Ansicht kritischer Beobachter auch mit der jahrzehntelangen Förderpolitik nicht gelungen, die wirtschaftliche Dynamik von peripher gelegenen ländlichen Räumen anzukurbeln, maßgebliche Beschäftigungseffekte für die ländliche Bevölkerung zu entfalten oder nachhaltige Antworten auf den demographischen Wandel zu entwickeln (vgl. Dullinger 2011).³ Vor diesem Hintergrund finden sich immer mehr Menschen, die drängende Herausforderungen im ländlichen Raum mit unternehmerischen Mitteln lösen möchten. Infolgedessen lassen sich zahlreiche sozialunternehmerische Initiativen beobachten, deren Protagonisten gesellschaftliche Verantwortung übernehmen und Veränderungsprozesse im ländlichen Raum initiieren wollen (vgl. Pezzeri 2012).

Beispiel 4: So gelingt es beispielsweise Heinz Frey, mithilfe seines „DorV e.V.“ die Versorgung und die Lebensqualität auch in der ländlichen Peripherie deutlich zu verbessern. Den Weg dorthin bestreitet Heinz Frey mit den Menschen vor Ort, die ebenfalls am Zugang zu Produkten (wie Lebensmitteln), Dienst- und Versorgungsleistungen (wie Friseuren, Ärzten oder Rechtsberatern), Kultur- und Kommunikationsangeboten sowie lokalen Arbeitsplätzen interessiert sind. Die hierdurch entstehenden DorV-Zentren sind somit mehr als klassische „Tante-Emma-Läden“, welche auf die Grundbedürfnisse der Menschen ausgerichtet sind.

² In der wissenschaftlichen und fachöffentlichen Literatur finden sich zahlreiche Publikationen, welche die Situation in peripher gelegenen ländlichen Räumen umfassend(er) darstellen. An dieser Stelle sei exemplarisch auf die Aktivitäten der Deutschen Gesellschaft für Demographie (DGD), des Bundesinstitutes für Bau-, Stadt- und Raumforschung (BBSR) sowie der Akademie für Raumforschung und Landesplanung (ARL) verwiesen, die sich explizit auch Themen der ländlichen Entwicklung und der Daseinsvorsorge im ländlichen Raum widmen (vgl. u. a.: Bucher/Flöthmann 2009; BBSR/BMVB 2009; BBSR 2010; Küpper/Küttner/Luther et al. 2008).

³ Auch das Berlin Institut für Bevölkerung und Entwicklung kommt zu dem gleichen Ergebnis: „Gegenwärtig dominieren ständig wechselnde, befristete Programme zur Förderung der baulichen und sozialen Infrastruktur des ländlichen Raumes. Diese wirken häufig nur als Arbeitsbeschaffungsmaßnahmen und sind weder finanziell noch in den Köpfen der Menschen nachhaltig“ (Berlin Institut für Bevölkerung und Entwicklung 2011: 136).

Vielmehr sind sie umfassende Nahversorgungszentren, in deren Planung, Entwicklung und Betrieb die lokale Bevölkerung von Anfang an einbezogen wird (vgl. Ashoka 2012: 20 f.).

Beispiel 5: Christian Hiß löst mit seiner „Regionalwert AG“ drei wesentliche Probleme der landwirtschaftlichen Betriebe: erstens die Abhängigkeit von den überregionalen Finanzmärkten, zweitens den fortschreitenden Konzentrationsprozess in der globalen Lebensmittelindustrie und drittens die damit verbundene Entfremdung der Nahrungsmittelproduktion von den Konsumenten. Dabei ist der Kerngedanke der „Regionalwert AG“ ganz einfach: Die Bürger stellen als Aktionäre einer Art Holdinggesellschaft Kapital bereit und beteiligen sich somit an landwirtschaftlichen und landwirtschaftsnahen Betrieben. Im Gegenzug verpflichten sich die Unternehmer zur Schaffung regionaler Wirtschaftskreisläufe sowie zur Einhaltung von sozialen und ökologischen Nachhaltigkeitsstandards (vgl. Ashoka 2012: 38 f.).

Beispiel 6: Mit dem Regionalmanagement „Xper-Regio“ befähigt Franz Dullinger innovative Kommunalpolitiker und unternehmerisch denkende Bürger, die Entwicklung ihrer Region selbst in die Hand zu nehmen. Dies gelingt ihm nicht nur durch den Aufbau von strategischen Netzwerken und eigenständigen Regionalfonds, sondern auch durch eine eigens initiierte Revolution im Vergabeprozess von EU-Geldern. So ist es Franz Dullinger gelungen, dass die Bürger in Ostbayern direkt und ohne kontraproduktive Interventionen der übergeordneten Politikebenen einen Projektantrag an die EU stellen konnten. Mit diesem Modell konnten private Investitionen und Unternehmergeist gefördert sowie Fehlallokation und die Verschwendung von Steuergeldern verhindert werden.⁴

Mit Blick auf die sozialunternehmerischen Initiativen von Heinz Frey, Christian Hiß oder Franz Dullinger kann man festhalten, dass immer mehr Akteure auch unkonventionelle Antworten auf drängende Probleme im ländlichen Raum finden (vgl. Dannenberg/Köhler/Lang et al. 2009; Jähnke/Christmann/Balgar 2011). Dabei profitieren die neuen Sozialunternehmer von einem Wertewandel innerhalb der städtischen und ländlichen Bevölkerung, die immer offener für sogenannte Stadt-Land-Verantwortungsgemeinschaften wird. Dennoch sind auch die neuen Sozialunternehmer im ländlichen Raum mit konzeptionellen, formellen, organisatorischen und/oder betriebswirtschaftlichen Herausforderungen konfrontiert. Daher stellt sich die Frage, wie man diese neuen Sozialunternehmer in den peripheren ländlichen Räumen stärken kann.

⁴ Vgl. <http://www.germany.ashoka.org/fellow/franz-dullinger> (13.04.2014).

4 Unterstützung von Sozialunternehmen im ländlichen Raum

Um die Idee des sozialen Unternehmertums insgesamt bekannter zu machen und engagierte soziale Pioniere auch im ländlichen Raum bei ihrer Arbeit zu unterstützen, hat das Beratungsunternehmen Social Impact im Jahr 2010 die Projektfamilie „entersocial“ ins Leben gerufen.⁵ Ziel der – vom Europäischen Sozialfonds, dem Land Brandenburg und vom Generali Zukunftsfonds geförderten – Projektfamilie ist es, Menschen in Nordbrandenburg (Prignitz, Ostprignitz-Ruppin, Oberhavel, Uckermark, Barnim, Märkisch-Oderland, Oder-Spree) in ihrem sozialunternehmerischen Vorhaben zu unterstützen und somit einen aktiven Beitrag zur Verbesserung der regionalen Erwerbssituation sowie zur Bewältigung des demographischen Wandels zu leisten. Dabei werden vor allem potenzielle Changemaker – also: Akteure, die in ihren Sozialräumen gesellschaftliche Verantwortung übernehmen wollen – identifiziert und in ihren sozialunternehmerischen Aktivitäten mittels Beratung zur Ideenentwicklung und zu Themen wie Recht, Steuern, Finanzierung, Marketing und Kommunikation unterstützt. Insgesamt können somit über „entersocial“ regionale Nahversorgerstrukturen geschaffen, Wertschöpfungsketten ermöglicht, Vertriebssysteme initiiert, touristische Angebote erzeugt sowie neue Finanzierungsmodalitäten (wie beispielsweise die Schwarmfinanzierung) erprobt werden.

Beispiel 7: Vor dem Hintergrund des demographischen Wandels wird es in vielen ländlichen Räumen zusehends schwieriger, die wichtigsten Funktionen der Daseinsvorsorge zu gewährleisten. Darüber hinaus untergraben die massiven Investitionen von ortsunabhängigen Lebensmittelketten das Geschäftsmodell der wenigen verbliebenen Nahversorgungseinrichtungen. Mithilfe von „entersocial“ soll aktuell in drei ausgewählten Dörfern Nordbrandenburgs diese Abwärtsspirale durchbrochen und der Aufbau von Nahversorgungsstrukturen kostenlos unterstützt werden. Dabei werden die Bürger frühzeitig über das Vorhaben und dessen Mehrwert informiert sowie in den Entwicklungsprozess und den Betrieb der Nahversorgung (beispielsweise über Genossenschaften) integriert.

Beispiel 8: Gerade die ostdeutsche Landwirtschaft ist geprägt durch agroindustrielle Strukturen, in der kleinbäuerliche und naturnahe Aktivitäten nach wie vor ein Schattendasein führen. Diese Entwicklungen haben nicht nur verstärkte Konzentrationsprozesse (z. B. Landgrabbing) zur Folge, sondern münden auch in einer fortschreitenden Entfremdung von landwirtschaftlichen Produkten. Vor diesem Hintergrund wird im Rahmen von „entersocial“ bereits heute das Modell „Community Supported Agriculture“ (CSA) erfolgreich erprobt, das kleine landwirtschaftliche Betriebe über die systematische Entwicklung von regionalen Wertschöpfungsketten stärkt. Im Zuge dessen werden auch Stadt-Land-Verantwortungsgemeinschaften initiiert, mit deren Hilfe sich Entfremdungseffekte minimieren lassen.

⁵ Social Impact (vormals iq consult) wurde 1994 gegründet und ist eine international tätige Agentur für soziale Innovationen. Social Impact entwickelt Projekte in den Bereichen Social und Inclusive Entrepreneurship, Regionalentwicklung sowie europäische Netzwerkarbeit. Viele der Projekte wurden als europäische Best Practices ausgezeichnet. Der Gründer und Geschäftsführer Norbert Kunz ist Ashoka-Fellow, Social Entrepreneur des Jahres 2010 der Schwabfoundation, Member of the Global Agenda Council on Social Innovation und Member of the European Commission Expert Group on Social Business. Mit ihrem Programm unterstützt Social Impact vielfältige sozialunternehmerische Initiativen in Berlin, Hamburg, Walldorf bei Mannheim, Wien und Zürich. Dabei bieten die Programme von Social Impact genau die Angebote, die Sozialunternehmer zur Entwicklung und Verbreitung ihrer Ideen und Konzepte benötigen: den Ort, an dem Sozialunternehmer, Initiativen und Förderer an sozial innovativen Ideen und Projekten arbeiten können, die individuelle Betreuung, die angehende Sozialunternehmer gerade in der Startphase benötigen, und die Unterstützung, die etablierte Sozialunternehmer bei der Verbreitung und Skalierung ihrer innovativen Ideen gut gebrauchen können (vgl. Genesis Institute/Vodafone Stiftung 2012: 154 ff.).

Beispiel 9: Das Land Brandenburg – mit seinen vielen kleinen Dörfern und Kleinstädten in einem dünn besiedelten Gebiet – verfügt leider nicht über die kreativen Milieus der dominierenden Metropole Berlin. Dennoch gibt es auch in Brandenburg interessante Hochschulstandorte (z.B. Eberswalde), in denen mutige Unternehmensgründer und engagierte Bürger an der Zukunft des Landes arbeiten. Im Rahmen von „entersocial“ können diese Unternehmensgründer und gesellschaftliche Initiativen zusammengebracht und gemeinsame Strukturen entwickelt werden. Dabei liegt das Hauptaugenmerk auf dem sogenannten „Co-Working“, in dem nicht nur die Infrastruktur (z. B. Arbeitsplätze) vorhanden ist, sondern auch die Gemeinschaft (z. B. über Veranstaltungen) gestärkt wird.

Doch auch wenn mithilfe der Projektfamilie „entersocial“ das soziale Unternehmertum bekannter gemacht und engagierte soziale Pioniere im ländlichen Raum Nordbrandenburgs mittels Beratung und Coaching unterstützt werden können: Soziale Innovationen und soziales Unternehmertum benötigen vor allem einen Einstellungswandel innerhalb der ländlichen Bevölkerung sowie der politisch-administrativen Entscheidungsträger. So müssen zweifelsohne noch viele tradierte Denkstrukturen durchbrochen werden, die allzu häufig irrationale (und ressourcenaufwendige) Handlungsmuster nach sich ziehen. Dieser Aufgabe können sich allerdings nicht nur die professionellen (externen) Fachberater widmen. Vielmehr muss der Einstellungswandel auch von Potenzialentwicklern vor Ort – wie beispielsweise von den Dorfkümmerern in Brandenburg – vorangetrieben werden.

5 Potenzialentwickler im ländlichen Raum

Damit soll abschließend die Frage erörtert werden, welche Bedeutung den Potenzialentwicklern vor Ort zukommt und durch welche Aktivitäten sie sich auszeichnen können. Dabei kann zunächst konstatiert werden, dass sich die Potenzialentwickler um die *Entwicklung endogener Potenziale* bemühen. So sind es die Potenzialentwickler, welche die Herausforderungen vor Ort identifizieren (z. B. fehlende Nahversorgung) und die Chancen für eine sozialunternehmerische Bewältigung erkennen (z.B. durch ein genossenschaftlich getragenes Dorfzentrum). Dabei kommt ihnen nicht zwingend die Aufgabe der Projektentwicklung oder gar der Projektträgerschaft zu, sondern vielmehr die Bereitstellung von wichtigen Kontakten zu politisch-administrativen, wirtschaftlichen und/oder bürgerschaftlichen Akteuren mit ihrem entsprechenden Fachwissen sowie allokativen und autoritativen Ressourcen (vgl. Giddens 1988: 86).

Darüber hinaus bemühen sich die Potenzialentwickler – ganz im Sinne der Sozialen Arbeit – aber auch um die *Entwicklung des Leistungsvermögens* der Mitmenschen. Sie sind es, welche die Mitmenschen für neue (sozial innovative oder sozialunternehmerische) Wege interessieren und zur Gestaltung des unmittelbaren Lebensumfeldes motivieren können. Dabei helfen ihnen nicht zuletzt die Instrumente des Empowerments, worunter man Strategien und Maßnahmen zur Förderung der Selbstkompetenz der Bürger und somit zur Erhöhung ihrer Autonomie und Selbstbestimmung subsumiert. Mithilfe dieser Instrumente kann es den Potenzialentwicklern somit durchaus gelingen, Gemeinschaften zu formieren sowie zum eigenmächtigen, selbstverantwortlichen und selbstbestimmten Handeln zu führen.

Vor dem Hintergrund der besonderen Bedeutung von Potenzialentwicklern wurde 2012 das – vom Generali Zukunftsfonds geförderte – Modell des „Dorfkümmerers“ in das Projekt „entersocial“ integriert. Dabei wird grundlegend davon ausgegangen, dass nachhaltige sozialunternehmerische Problemlösungen nur unter Einbindung der

Menschen vor Ort und mit starken Potenzialentwicklern aus der Dorfgemeinschaft – den Dorfkümmern – funktionieren können. Zu diesem Zweck wurden im Verlauf des Jahres 2012 bundesweit erstmalig acht Personen als Dorfkümmern in verschiedenen Kommunen Nordbrandenburgs (Uckermark, Barnim, Oberhavel) benannt, umfassend qualifiziert (unter anderem im Empowerment) und als verlässliche Partner mit einem monatlichen Honorar in Höhe von bis zu 400 Euro vor Ort etabliert. Dies geschah auch vor dem Hintergrund der Erfahrung, dass verlässliche Kooperationsstrukturen vor Ort den nachhaltigen Einsatz von (öffentlichen) Beratungs- und Investitionsmitteln maßgeblich befördern können.

Beispiel 10: Kurt Glowe lebt in Brüssow (nördliche Uckermark) und ist dort als Dorfkümmern für „entersocial“ tätig. Sein Ziel ist es, dem dramatischen Strukturwandel in der nördlichen Uckermark zu begegnen und Mitmenschen für sozialunternehmerische Initiativen zu gewinnen. Mit Erfolg: Im Rahmen des von ihm begleiteten Projektes „Lebens-Energie für das Dorf“ werden drei Geschäftsfelder (Dorfküche, Dorfatelier, Gemeinschaftsgärten) zu einem sozialunternehmerischen Gesamtvorhaben kombiniert. Da dieser Ansatz auf die Neuorganisation der dörflichen Strukturen, die Revitalisierung brachliegender Potenziale und die Schaffung von Arbeitsplätzen abzielt, wurde das Projekt Anfang 2013 auch in das Programm „Neulandgewinner“ der Robert-Bosch-Stiftung aufgenommen.

Beispiel 11: Hans-Jürgen Bewer lebt in Altkünkendorf (südliche Uckermark) und ist dort als Ortsvorsteher, als Initiator des bekannten Schorfheidelaufes sowie als Dorfkümmern für „entersocial“ tätig. Sein Ziel ist es, das bislang ungenutzte Potenzial des UNESCO-Weltnaturerbes Buchenwald Grumsin für die Dorfbewohner und die Region besser nutzbar zu machen. Hierzu hat er nicht nur den Aufbau eines Informationspunktes für das UNESCO-Weltnaturerbe in Altkünkendorf befördert (Eröffnung am 03.05.2013). Vielmehr ist er an der Entwicklung eines ganzheitlichen Bildungszentrums interessiert, das vielfältige Bildungsangebote miteinander kombiniert und hierüber die Möglichkeit für eine breite (sozial-)unternehmerische Entwicklung schafft.

Beispiel 12: Dr. Ursula Macht lebt in Flieth-Stegelitz – einem idyllischen Ort am Eselwanderweg. Als Betreiberin des Artemishofes bietet sie schon heute ein breites Bildungs- und Freizeitangebot an. Infolgedessen setzt sich die Dorfkümmern auch stark für die Entwicklung eines nachhaltigen und wissensorientierten Tourismus in Flieth-Stegelitz ein. So ist es mit ihrer Hilfe gelungen, das touristische Angebot der „Alten Schule“ maßgeblich zu erweitern und den Aufbau einer Gemüse-Versorgergemeinschaft im Sinne der Solidarischen Landwirtschaft zu realisieren. Im Ergebnis macht die engagierte Uckermärkerin nicht nur endogene Potenziale sichtbar, sondern stärkt auch die Kommunikation und Kooperation zwischen den Dörfern der Amtsgemeinde.

Zweifelsohne profitieren die sozialunternehmerischen Projekte in den Dörfern vom Engagement der Dorfkümmern sowie von ihrem regionalen Wissens- und Informationsaustausch. Aufgrund des Pilotcharakters ist zudem ein bundesweiter Aufmerksamkeitsschub zu verzeichnen, der das nationale fachöffentliche und mediale Interesse auf die Dorfkümmern und die Projekte gelenkt hat (ARD, ZDF, WDR, RBB, Neue Zürcher Zeitung, Frankfurter Allgemeine Zeitung, Berliner Zeitung). Erfreulicherweise wird damit auch ein Transfer des Konzeptes der Dorfkümmern befördert, wie man an den Diskussionen hierzu in vielen anderen Landkreisen der Bundesrepublik beobachten kann. Darüber hinaus wird aber auch der Transfer von sozialunternehmerischen Ideen, Konzepten und Best Practices befördert, durch die

sozialunternehmerische Initiativen wie beispielsweise die Regionalwert AG nach Brandenburg gebracht oder umgekehrt, brandenburgische Initiativen in andere Regionen transferiert werden können.⁶

6 Abschluss

Der Beitrag hatte das Ziel, über die jüngsten sozialunternehmerischen Entwicklungen in Deutschland zu informieren sowie eine ganze Reihe von erfolgreichen Sozialunternehmern vorzustellen. Mittlerweile setzen viele Menschen auf soziale (und nicht technische) Innovationen, um einer ökonomisch stabileren, ökologisch verträglicheren und sozial gerechteren Welt näher zu kommen. In ihrem Tun schaffen sie Neues in den Bereichen der Bildung (wie beispielsweise „Rock Your Life“, „Teach First“ oder „ArbeiterKind“), der Jugend (wie beispielsweise „Projektfabrik“ oder „Off Road Kids“), der Gesundheit (wie beispielsweise „Wellcome“ oder „Discovering Hands“), der Arbeit (wie beispielsweise „Dialog im Dunkeln“ oder „Berufsparcours“) oder der Integration (wie beispielsweise „Sozialhelden“ oder „Chancenwerk“). Die neuen sozialen Entrepreneurs gehen aber auch neue Wege in der Regionalentwicklung, wie die Beispiele von DorV e.V. und Regionalwert AG gezeigt haben.

Keine Frage: Die „Neue Soziale Ökonomie“ in Deutschland benötigt professionelle Unterstützung beim Reifen und Wachsen. Im Gegensatz zur klassischen Sozialwirtschaft kann sie nämlich nicht darauf vertrauen, dass ihr gesetzlich geregelte sowie staatlich oder kirchlich finanzierte „Quasi-Märkte“ (Stiftung Mercator 2012: 8) in Milliardenhöhe geschaffen werden. Insofern ist auch auf politischer Ebene die Einsicht nötig, dass soziale Innovationen und ein marktnahes sozialunternehmerisches Engagement einen wichtigen Beitrag zur Lösung gesellschaftlicher Probleme leisten können. Und die Hoffnung auf Einsicht ist berechtigt: In der nächsten EU-Förderperiode wird das neue sozialunternehmerische Handeln über die „Social Business Initiative“ grundsätzlich aufgewertet – ein Grund, weshalb auch in den nächsten Jahren viel über dieses Thema gesprochen und geschrieben werden wird.

Literatur

Ashoka (2012): Wissen was wirkt. Wirkungsanalysen 2012 der Ashoka Fellows. http://www.germany.ashoka.org/sites/germany.ashoka.org/files/Ashoka_Wirkungsanalysen_2012_web.pdf (07.04.2014).

BBR – Bundesamt für Bauwesen und Raumordnung (2009): Masterplan Daseinsvorsorge – Regionale Anpassungsstrategien. Bonn. = MORO-Informationen 4/1 und 4/2. http://www.bbsr.bund.de/nn_23558/BBSR/DE/Veroeffentlichungen/BMVBS/MORO/4/moro4.html (07.04.2014).

⁶ Doch soziale Innovationen profitieren auch vom internationalen Austausch: So sind soziale Innovationen und soziales Unternehmertum kein spezifisch deutsches, sondern vielmehr ein europaweites Phänomen. Dies begründet sich damit, dass auch andere (ländliche) Regionen der Europäischen Union mit ganz ähnlichen Herausforderungen der Transformation, des demographischen Wandels oder der Verarmung zu kämpfen haben. Vor diesem Hintergrund wird mit „entersocial – Good Practice Transfer“ beabsichtigt, sozialunternehmerische Ideen aus anderen Ländern der Europäischen Union kennenzulernen und zu transferieren. In diesem Sinne erhalten engagierte Bürger, Unternehmen und Multiplikatoren aus Brandenburg die Möglichkeit, sich bei Studienreisen nach Spanien, Polen, Österreich und Irland mit erfolgreichen Beispielen aus anderen Ländern auseinanderzusetzen. Mehr noch: Der Erfahrungsaustausch beinhaltet auch Fachveranstaltungen, bei denen sich neue Sozialunternehmer und Wissenschaftler mit bereits erfolgreichen Sozialunternehmern wie Heinz Frey (DorV e.V.) und Christian Hiß (Regionalwert AG) austauschen können (vgl. Knaack/Federwisch/Miram 2012).

- BBSR – Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung (2010): Vielfalt des Demografischen Wandels. Eine Herausforderung für Stadt und Land. Bonn. = BBSR-Online-Publikation 06/2010.
http://www.bbsr.bund.de/nn_187592/BBSR/DE/Veroeffentlichungen/BBSROnline/2010/ON062010.html (07.04.2014).
- BBSR – Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung; BMVBS – Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung (2009): Ländliche Räume im demografischen Wandel. Bonn. = BBSR-Online-Publikation 34/09.
http://www.bbsr.bund.de/nn_187592/BBSR/DE/Veroeffentlichungen/BBSROnline/2009/ON342009.html (07.04.2014).
- Berlin Institut für Bevölkerung und Entwicklung (2011): Die demographische Lage der Nation. Was freiwilliges Engagement für die Region leistet. Berlin.
- Birkhölzer, K. (2011): Internationale Perspektiven sozialen Unternehmertums. In: Jähnke, P.; Christmann, G.; Balgar, K. (Hrsg.): Social Entrepreneurship. Perspektiven für die Raumentwicklung. Wiesbaden, 23-36.
- Bucher, H.; Flöthmann, E.-J. (Hrsg.) (2009): Demographische Alterung auf kommunaler Ebene. Norderstedt. = Schriftenreihe der Deutschen Gesellschaft für Demographie 4.
- Dannenberg, P.; Köhler, H.; Lang, T.; Utz, J.; Zakirova, B.; Zimmermann, T. (Hrsg.) (2009): Innovationen im Raum – Raum für Innovationen. Hannover. = Arbeitsmaterial der ARL 348.
- Dullinger, F. (2011): Regionalentwicklung durch Mobilisierung der unternehmerischen Menschen. In: Elbe, S.; Langguth, F. (Hrsg.): Finanzierung regionaler Entwicklung. Oder: Geld ist schon wichtig. Aachen, 195-204.
- Ehrlich, K.; Lang, T. (2012): Soziale Unternehmen und Initiativen in Deutschland – auf dem Weg zu einer neuen sozialen Ökonomie? Leipzig. = Forum Ifl 17.
- Genisis Institute; Vodafone Stiftung (2012): Denk die Welt weiter. 25 Ideen, die selbst die Zukunft gestalten. Berlin.
- Giddens, A. (1988): Die Konstitution der Gesellschaft. Grundzüge einer Theorie der Strukturierung. Frankfurt am Main, New York.
- Hackenberg, H.; Empter, S. (Hrsg.) (2011): Social Entrepreneurship – Social Business: Für die Gesellschaft unternehmen. Wiesbaden.
- Jähnke, P.; Christmann, G.; Balgar, K. (Hrsg.) (2011): Social Entrepreneurship. Perspektiven für die Raumentwicklung. Wiesbaden.
- Jessop, B. (1997): Die Zukunft des Nationalstaates: Erosion oder Reorganisation? Grundsätzliche Überlegungen zu Westeuropa. In: Becker, S.; Sablowski, T.; Schumm, W. (Hrsg.): Jenseits der Nationalökonomie? Weltwirtschaft und Nationalstaat zwischen Globalisierung und Regionalisierung. Berlin, 50-95.
- Knaack, E.; Federwisch, T.; Miram, L. (2012): Sozialunternehmer als Unterstützer für soziale Pioniere in ländlich geprägten Regionen. In: IRS aktuell (72), 7-8.
- Küpper, P.; Küttner, L.; Luther, J.; Strauß, C. (Hrsg.) (2008): Erkennen – Steuern – Handeln: Antworten auf den demographischen Wandel. Hannover. = Arbeitsmaterial der ARL 341.
- Oldenburg, F. (2011): Social Entrepreneurship: Ein politisches Programm zur Innovationsförderung im Sozialsektor. In: Jähnke, P.; Christmann, G.; Balgar, K. (Hrsg.): Social Entrepreneurship. Perspektiven für die Raumentwicklung. Wiesbaden, 155-160.
- Pezzei, K. (2012): Verkaufen können wir selber! Wie sich Landmenschen ihren Laden zurück ins Dorf holen. Marburg.
- Schmid, H.; Gäbler, K. (2012): Perspektiven sozialwissenschaftlicher Konsumforschung. Stuttgart.
- Spiegel, P. (2011a): Eine bessere Welt unternehmen. Wirtschaft im Dienst der Menschheit – Social Impact Business. Freiburg im Breisgau.
- Spiegel, P. (2011b): Social Business – Perspektive der innovativen Versöhnung von Ökonomie und sozialen Anliegen. In: Jähnke, P.; Christmann, G.; Balgar, K. (Hrsg.): Social Entrepreneurship. Perspektiven für die Raumentwicklung. Wiesbaden, 55-74.
- Stehr, N. (2007): Die Moralisierung der Märkte. Eine Gesellschaftstheorie. Frankfurt am Main.

Stiftung Mercator (2012): Sozialunternehmer – Chancen für soziale Innovationen in Deutschland. Möglichkeiten der Förderung. Essen.

Willisch, A. (2012): Wittenberge ist überall. Überleben in schrumpfenden Regionen. Berlin.

Yunus, M. (2008): Die Armut besiegen. Das Programm des Friedensnobelpreisträgers. München.

Autor

Tobias Federwisch hat an den Universitäten Jena und Edinburgh Geographie, Politikwissenschaften und Soziologie studiert. 2011 wurde er mit einer kritischen Betrachtung des deutschen Metropolisierungsprozesses promoviert. Seit 2012 ist er Projektleiter und Berater bei iq consult – einer international operierenden Agentur für soziale Innovationen, Social Entrepreneurship und Social Business.