



---

# Arbeitspapiere

für mehr gesellschaftliche Innovation und  
Sozialunternehmertum in Österreich

---

## INHALT

- 2 Maßnahmen und Strategien im Bereich der Startup- und Innovationskultur
- 7 Maßnahmen und Strategien im Bereich der politischen und rechtlichen Rahmenbedingungen
- 10 Maßnahmen und Strategien im Bereich der Finanzierung
- 15 Teilnehmende

Die vorliegenden Arbeitspapiere sind der Diskussionsoutput der zwei Workshoprunden und stellen keinen Konsens aller beteiligten Organisationen dar, sondern dienen als Arbeitsgrundlage und Anregung für die weitere Bearbeitung hin zu einem nationalen Aktionsplan für mehr gesellschaftliche Innovation und Sozialunternehmertum in Österreich.

# Maßnahmen und Strategien im Bereich der Startup- und Innovationskultur

## Einleitung

Für einen florierenden und stetig wachsenden Social Entrepreneurship Sektor, ist ein gesunder Nährboden, aus dem neue Initiativen sprießen und bestehende Organisationen weiter wachsen können, notwendig. Dieser Nährboden wird durch eine gut etablierte Startup- und Innovationskultur gebildet. Sie bietet InteressentInnen einfachen Zugang zum Social Entrepreneurship Ökosystem, inspiriert sie durch zahlreiche Beispiele erfolgreicher Vorreiter, vernetzt sie mit Gleichgesinnten und stellt die unterstützenden Werkzeuge, die benötigte Expertise und auch die Ressourcen zur Verfügung, um selbst aktiv zu werden und das eigene Sozialunternehmen wachsen zu lassen.

## Anzeichen für eine funktionierenden Startup- und Innovationskultur

Für eine funktionierende Startup- und Innovationskultur sind bestimmte Rahmenbedingungen erforderlich. Nachfolgend werden Maßnahmen beschrieben, die solche förderlichen Rahmenbedingungen herstellen können. Zielsetzung und zugleich Gradmesser für die Wirksamkeit der gesetzten Maßnahmen sind folgende drei Anzeichen:

### 1. Hohe Anzahl an Social Entrepreneurs / Social Entrepreneurship als Karriereweg

Man kann eine stetig steigende Anzahl von Menschen beobachten, welche selbst aktiv werden und ein Sozialunternehmen gründen, bzw. sich in einem solchen engagieren. Dies wird auch von der jüngeren Generation als relevanter und erstrebenswerter Karriereweg gesehen.

### 2. Gesellschaftliche(s) Selbstverständnis, Notwendigkeit und Anerkennung

Die Notwendigkeit von Sozialunternehmertum zur Adressierung von gesellschaftlichen Herausforderungen wird von einer breiten gesellschaftlichen Basis anerkannt.

### 3. Sozialunternehmertum etabliert sich von der Nische zum Mainstream

Sozialunternehmertum hat sich als Sektor, Lösungsweg und Wirtschaftstreiber in der Gesellschaft etabliert und verankert.

## Die wichtigsten Hebel um eine Startup- und Innovationskultur zu etablieren

Für das Schaffen einer gut etablierten Startup- und Innovationskultur mit den genannten Charakteristika ist der Einsatz von Hebeln notwendig, die an wichtigen Punkten mit konkreten Maßnahmen ansetzen, um die notwendigen Rahmenbedingungen zu schaffen.

Die Hebel können in folgende drei Kategorien gruppiert werden:

### 1. Direkte Unterstützung (von sozialen UnternehmerInnen und Organisationen):

Diese Hebel setzen an einzelnen Social Entrepreneurs an um ihnen die notwendige Unterstützung zukommen zu lassen (z.B. in Form von Inkubationsprogrammen, lokaler Gründungsinfrastruktur und Bildungsmöglichkeiten).

### 2. Schaffung von Aufmerksamkeit:

Diese Hebel erhöhen die Aufmerksamkeit für existierende Organisationen und ihres Innovations- und Veränderungspotentials in der breiten Öffentlichkeit (z.B. in Form von Ideenwettbewerben und Ausschreibungen, medialer Aufmerksamkeit und Storytelling, Mapping und Forschung).

### 3. Stärkung des Ökosystems:

Diese Hebel ermöglichen das Zusammenspiel der bestehenden Akteure, welche Social Entrepreneurship fördern, bzw. fügt fehlende Elemente in das Ökosystem ein (z.B. in Form von Vernetzungsplattformen, Marktplätzen und das Öffnung bestehender Strukturen im privatwirtschaftlichen und öffentlichen Bereich).

## Kultur des Scheiterns, der Risikobereitschaft und der Neugier

Als Grundvoraussetzung für eine florierende Startup- und Innovationskultur muss besonderer Wert darauf gelegt werden, dass jene Kultur das Scheitern erlaubt und Misserfolg nicht gesellschaftliche Stigmatisierung zur Folge hat. Risikoaversion und das Stigma des Versagens hemmen das Schaffen von Neuem, Angst vorm Scheitern verhindert Unternehmensgründungen. Es wird deshalb empfohlen eine Mentalität der 2ten Chance für alle folgenden Lösungen mitzudenken und eine gesunde Risikopädagogik in relevanten institutionellen Rahmen zu integrieren.

## Lösungen

Lösungen zur Erreichung von Ziel 1:

### Die Zahl der Menschen, die sich sozialunternehmerisch engagieren und Sozialunternehmertum als Karriereweg wahrnehmen erhöhen.

Dieses Ziel ist vorwiegend durch den Hebel der „direkten Unterstützung“ zu erreichen.

#### 1. Inkubationsprogramme

Es gibt eine rasant steigende Anzahl von motivierten Menschen, welche mit innovativen Ideen ein Sozialunternehmen gründen möchten. Doch oftmals fehlt das notwendige Wissen und die Erfahrung, welche benötigt werden um eine Organisation zu gründen und nachhaltig wachsen zu lassen. Um Wissen, Fähigkeiten und Unterstützung in den aufkommenden Sektor zu bringen, muss der Zugang zu Inkubationsprogrammen (Programme, welche ausgewählte Sozialunternehmer in der Gründungsphase unterstützen und durch Workshops, Coaching, Weiterbildung und den Zugang zu den benötigten Ressourcen von der Konzept- bis zur Wachstumsphase begleiten) und Gründungszentren für soziale Unternehmungen und ambitionierte Akteure erleichtert werden. Hier gibt es schon zahlreiche erfolgreiche Programme und Akteurexpertise auf die aufgebaut werden kann. Gerade in der Anfangsphase können sich oftmals Jungunternehmer die Kosten für die Programme nicht leisten und somit bleibt ihnen die notwendige Unterstützung verwehrt. Maßgeschneiderte Förderprogramme und niederschwellige Zugangsmöglichkeiten in allen Unternehmensphasen (Konzept-, Start- und Wachstumsphase) garantieren den nachhaltigen Erfolg von SozialunternehmerInnen.

#### 2. Lokale räumliche Infrastruktur

Der Zugang zu Austausch mit Gleichgesinnten, zu einem inspirierenden unternehmerischen Umfeld und zu einer Infrastruktur, in der man neue Ideen spinnen und an innovativen Lösungen arbeiten

kann, fördert nicht nur die SozialunternehmerInnen selbst, sie sind auch treibende Kraft der Startup- und Innovationskultur. Analog zu klassischen Gründungszentren braucht es auch für (angehende) SozialunternehmerInnen diese physischen Orte des Lernens, des Austausches, Vernetzens und Wissenstransfers. Gleichzeitig sind sozialunternehmerische Gründungszentren nicht nur Knotenpunkte der Vernetzung mit lokalen Wirtschaftskreisläufen, Entscheidungsträgern und Akteursgruppen, sondern auch lokale Innovationszentren und Experimentierlabore, sowie Anlaufstelle für Forschung und Bildung. Sie bieten günstige Büroinfrastruktur, Unterstützung bei der Entwicklung von Geschäfts- und Wirkungsmodellen, aber auch kaufmännische Entlastung, und aktive Begleitung der Sozialunternehmer. Sozialunternehmerische Gründerzentren entstehen aus privaten gemeinnützigen Initiativen, innerhalb von Universitäten und Schulen, können und sollen aber auch als Erweiterung in bestehende kommunale Infrastrukturen eingebettet sein.

### 3. (Weiter-)Bildung

Social Entrepreneurs benötigen umfangreiche Kompetenzen, Werte und Perspektiven um erfolgreich zu sein: kreative Problemlösungsfähigkeiten, unternehmerisches Denken, Eigeninitiative sowie ein Gefühl der Verantwortung als aktiver Teil der Gesellschaft. Diese Grundausrüstung an Kompetenzen, Werten und Perspektiven ermöglicht (jungen) Menschen, die Herausforderungen des 21. Jahrhunderts zu bewältigen und aktiv an der positiven Entwicklung der Gesellschaft teilzuhaben. Die Verankerung von Sozialunternehmertum in formale Aus- und Weiterbildungswege rüstet nicht nur zukünftige Social Entrepreneurs, sie steigert auch die gesellschaftliche Resilienz und Innovationsfähigkeit. Durch komplementäre Bildungsangebote wird das Thema der breiten Bevölkerung zugänglich gemacht, und deren sozialunternehmerisches Potenzial entfacht.

Lösungen zur Erreichung von Ziel 2:

#### **Die Sichtbarkeit, öffentliche Anerkennung und gesellschaftspolitische Relevanz von sozialer Innovation und Sozialunternehmertum erhöhen.**

Dieses Ziel ist vorwiegend durch den Hebel der „Schaffung von Aufmerksamkeit“ zu erreichen.

### 4. Ideenwettbewerbe & Ausschreibungen

Ideenwettbewerbe für soziale Innovation und Sozialunternehmertum schaffen nicht nur Aufmerksamkeit für das Thema, sondern bieten oftmals Unterstützung in Form von Workshops, Coaching, Kapital sowie Zugang zu Kooperationspartnern. Mit thematisch fokussierten, oder geographisch zentrierten Ideenwettbewerben können zudem Problemstellungen weiterentwickelt, und lokale Herausforderungen mittels neuer Lösungen adressiert werden. Darüber hinaus können Ideen- und Innovationswettbewerbe zur gezielten Lösung von gesellschaftlichen Herausforderungen eingesetzt werden. So können öffentliche, gewerbliche und private Ausschreibungen als Innovationswettbewerbe formuliert werden, um die besten Lösungen für die Bewältigung von konkreten Herausforderungen, Problemlagen und Missständen zu identifizieren.

### 5. Mediale Aufmerksamkeit & Storytelling

Die inspirierenden Geschichten von sozialen UnternehmerInnen und Berichte über den von ihnen angestoßenen sozialen Wandel haben das Potenzial, mediale Berichterstattung positiv zu beeinflussen, Medienverdrossenheit und Sensationsjournalismus entgegenzuwirken, und als Inspirations- und Lichtblick für die breite Öffentlichkeit zu wirken. Geschichten, Neuigkeiten und wichtige Entwicklungen aus dem aufkommenden Sektor sollten regelmäßig von etablierten Medien aufgegriffen und an die Öffentlichkeit transportiert werden. Dafür braucht es starke Brücken zwischen sozialen UnternehmerInnen und Medienprofis aus klassischen Massenmedien, aber auch Anreizstrukturen für (angehende) Medienprofis (wie Preise, Stipendienprogramme und Integration in Medienausbildungen), um die mediale Aufarbeitung des Themas anzuerkennen und zu fördern.

### 6. Mapping & Forschung

Das Mapping von österreichischen SozialunternehmerInnen und Unterstützungsstrukturen ist ein wichtiger Schritt um die gesellschaftspolitische Relevanz des aufkommenden Sektors darzustellen, Akteurs- und Innovationslandschaften zu charakterisieren, Erfahrungswissen einzusammeln und sozialunternehmerische Entwicklungen zu analysieren. Dies dient wiederum der medialen Aufbereitung und Verarbeitung des Themas, und ist ein wichtiges Element in der Forschung zu gesellschaftlicher Innovation und Sozialunternehmertum. Um Erfahrungswissen analytisch aufzuarbeiten und die interdisziplinäre Wissensproduktion zum Thema anzukurbeln, benötigt es die thematische Verankerung in österreichischen Forschungslandschaften. Es braucht Anreizstrukturen für (angehende) WissenschaftlerInnen (wie Preise, Stipendienprogramme und Integration in der Hochschulbildung), um die wissenschaftliche Aufarbeitung des Themas in einem interdisziplinären Umfeld zu ermöglichen.

Lösungen zur Erreichung von Ziel 3:

#### **Soziales Unternehmertum und gesellschaftliche Innovationen von der Nische zum Mainstream führen.**

Dieses Ziel ist vorwiegend durch den Hebel der „Stärkung des Ökosystems“ zu erreichen.

### 7. Interessensvertretung, Vernetzung & Zugang

Um den aufkommenden sozialunternehmerischen Sektor strukturell zu stärken, benötigt es einer nationalen Plattform, die Sozialunternehmen verbindet und langfristig unterstützt. Die Plattform schafft überregionale Gemeinschaft und Netzwerke, fördert die Sichtbarmachung und Selbstwahrnehmung von Social Entrepreneurs, entwickelt Qualitätsstandards, ermöglicht einfachen Zugang zum Thema, bietet Marktplätze für sektorübergreifende Kooperationen und Innovationstransfers, gibt Handlungsempfehlungen für eine konstruktive Weiterentwicklung politischer und rechtlicher Rahmenbedingungen für gesellschaftliche Innovation und Sozialunternehmertum in Österreich.

### 8. Sektorübergreifende Kooperation & Replikation

Ein Schlüsselement für eine erfolgreiche Startup- und Innovationskultur ist das Etablieren von Kooperationen und Co-Kreationen zwischen sozialen Unternehmen mit dem öffentlichen, privaten und drit-

ten Sektor. Öffentliche Förderprogramme und relevante öffentliche Institutionen können durch Anreizstrukturen und spezifische Ausschreibungen zum Thema „Kooperation, Co-Kreation und Innovation“ Akzente setzen, und eine Vermittlerfunktion einnehmen. Wohlfahrtsorganisationen spielen durch ihre breite Infrastruktur für soziale Dienstleistungen in Österreich eine tragende Rolle in der Replikation und Weiterentwicklung von sozialunternehmerischen Innovationen, sind aber auch oft selbst Initiator und Träger von sozialer Innovation. Analog zu Technologie- und Wissenstransferzentren, braucht es auch im sozialunternehmerischen Sektor Transferstrukturen und -prozesse zur schnelleren Replikation von gesellschaftlichen Innovationen. Das Sammeln und Aufbereiten von erprobten sozialunternehmerischen Innovationen, das Ermöglichen von Zugang für interessierte Imitatoren, und das betreute Zusammenführen wie Begleiten von Replikationen durch Beratung und Coaching sind wesentliche Elemente für die beschleunigte Diffusion von sozialunternehmerischen Innovationen und deren sozialer Wirkung.

## 9. Einbindung in öffentliche Verwaltung, Programme & Infrastrukturen

Wie von der Europäischen Kommission hervorgehoben, soll gesellschaftliche Innovation und Sozialunternehmertum in öffentlicher Verwaltung, Programmen und Infrastrukturen verankert werden. Das beginnt bei der Erweiterung von Förderprogrammen, der Integration in Bildungs- und Forschungspläne, geht über die Öffnung von Strukturfonds und arbeitsmarktpolitischen Maßnahmen, hin zur Einbindung in Strategien zur Lokal- und Regionalentwicklung. Darüber hinaus bieten sich durch die Öffnung öffentlicher Innovationsprozesse für externe Akteure, wie etwa durch einen Open Innovation Ansatz, Möglichkeiten, neue Ideen und Lösungsansätze in den öffentlichen Sektor einzuspeisen.

## Erforderliche nächste Schritte

Nächste Schritte zur Erreichung von Ziel 1:

### Die Zahl der Menschen, die sich sozialunternehmerisch engagieren und Sozialunternehmertum als Karriereweg wahrnehmen erhöhen.

#### 1. Finanzierung von Inkubationsprogrammen

Maßgeschneiderte Inkubationsprogramme garantieren den nachhaltigen Erfolg von Social Entrepreneurs in allen Unternehmensphasen. Die Erleichterung des Zugangs zu und Ausbau von bestehenden Inkubationsprogrammen durch öffentliche Förderungen, die Entwicklung und geographische Ausdehnung von diversifizierten Inkubationsprogrammen, und die damit verbundene Bildung von sektorspezifischer Beratungsexpertise, sind Grundvoraussetzung für das Wachstum des Sektors.

#### 2. Lokale räumliche Infrastruktur

Aufbau und geographische Verbreitung von sozialunternehmerische Gründungszentren soll gezielt gefördert werden. Sie sind wesentliche Drehscheiben von lokalen gesellschaftlichen Innovationsprozessen. Sozialunternehmerische Gründerzentren entstehen aus privaten gemeinnützigen Initiativen, innerhalb von Universitäten und Schulen,

oder als Teil von kommunaler Infrastruktur, mit jeweils spezifischen Fördernotwendigkeiten.

#### 3. Entwicklung und Ausbau von (Weiter-)Bildungsmaßnahmen

Sozialunternehmerische Kompetenzen und Fähigkeiten gehören zur Grundausrüstung für (junge) Menschen, die ihre Potenziale für die positive Entwicklung der Gesellschaft einsetzen und entfalten wollen. Die Verankerung von Sozialunternehmertum in formale Bildungslandschaften und ein breiter Zugang zu komplementären Bildungsangeboten im Sinne des lebenslangen Lernens ermöglicht generationsübergreifende Kompetenzentfaltung. Die Einrichtung neuer und der Ausbau bestehender Bildungsprogramme soll forciert werden.

Nächste Schritte zur Erreichung von Ziel 2:

### Die Sichtbarkeit, öffentliche Anerkennung und gesellschaftspolitische Relevanz von sozialer Innovation und Sozialunternehmertum erhöhen.

#### 4. Ideenwettbewerbe & Ausschreibungen

Die Einrichtung neuer, der Ausbau bestehender, und die geographische wie thematische Diversifizierung und institutionelle Einbettung von Ideenwettbewerben, die das Ziel verfolgen, sozialunternehmerisches Potenzial und Kompetenzen in Österreich zu entwickeln, sollen gezielt gefördert werden. Die Verankerung von sozialunternehmerischen Ideenwettbewerben in die Entwicklungsstrategien von Gemeinden, Ländern und Regionen, und relevante öffentliche Institutionen schafft bürgerschaftliche Teilhabe, innovative Lösungsmechanismen, und lokale Ressourcen- wie Potenzialentfaltung.

#### 5. Mediale Aufmerksamkeit & Storytelling

Spezialisierte Programme zur Steigerung der Berichterstattung über Sozialunternehmertum und gesellschaftliche Innovation in Massenmedien soll gefördert werden. Zudem sollen die Etablierung von sozialunternehmerischen Fachmedien, multimedialen Kampagnen und Initiativen, die das Ziel verfolgen, den Informationszugang zu sozialunternehmerischen Themen und Entwicklungen zu ermöglichen, gezielt gefördert werden. Qualitativ herausragende mediale und journalistische Arbeit zu Sozialunternehmertum und gesellschaftlicher Innovation kann durch Preise und Ehrungen verstärkte Anerkennung finden. Stipendienprogramme ermöglichen Medienprofis sozialunternehmerische Themen qualitativ aufzuarbeiten und in relevanten Medien zu platzieren. Die thematische Integration in mediale und journalistische Ausbildungsprogramme sensibilisiert angehende Medienprofis und Journalisten.

#### 6. Mapping & Forschung

Das Mapping der sozialunternehmerischen Akteurslandschaft und die analytische Aufarbeitung der Ergebnisse, Analysen zu Möglichkeiten und Barrieren von Sozialunternehmertum und gesellschaftlicher Innovation, Machbarkeitsstudien zum Aufbau von relevanter Sektorinfrastruktur, und die Forschung zu sozialunternehmerischen Zukunftsthemen, sollen gezielt gefördert werden. Die österreichische Forschungslandschaft kann durch Anreizsysteme die wissen-

schaftliche, und speziell interdisziplinäre und praxisorientierte Forschung und Wissensproduktion anregen.

Nächste Schritte zur Erreichung von Ziel 3:

## **Soziales Unternehmertum und gesellschaftliche Innovationen von der Nische zum Mainstream führen.**

### **7. Interessensvertretung, Vernetzung & Zugang**

Der Aufbau einer nationalen Plattform, die Sozialunternehmen verbindet und langfristig unterstützt, soll gefördert werden. Die „Sektor“ Plattform schafft überregionale Gemeinschaft und Netzwerke, erhöht die Sichtbarkeit und Selbstwahrnehmung von Social Entrepreneurs, ermöglicht einfachen Zugang zum Thema für InteressentInnen, initiiert thematische Kampagnen, vertritt Interessen nach Außen, und bündelt Ressourcen zur inhaltlichen Weiterentwicklung des aufkommenden Sektors.

### **8. Sektorübergreifende Kooperation & Replikation**

Kooperationen zwischen sozialen Unternehmen und dem öffentlichen, privaten und dritten Sektor sind Voraussetzung für Skalierung und Replikation, also das Bestreben die Wirkung des Sozialunternehmens auf einen größeren geographischen Bereich oder auf neue Zielgruppen und Sektoren auszuweiten. Öffentliche Förderprogramme der unternehmensbezogenen Wirtschaftsförderung können durch Anreizstrukturen innovative und sektorübergreifende Kooperationen anstoßen, und eine Vermittlerfunktion einnehmen. Erfolgreiche Kooperationen müssen dokumentiert, spezifische soziale Innovations- und Kooperationsmethoden entwickelt, und für die Akteure zugänglich gemacht werden. Der Aufbau von Marktplätzen und Experimentierlabors zur Erleichterung von Kooperationen ist unerlässlich. Analog zu Technologie- und Wissenstransferzentren, braucht es daher auch im sozialunternehmerischen Sektor Transferstrukturen und -prozesse zur schnelleren Replikation von gesellschaftlichen Innovationen.

### **9. Einbindung in öffentliche Verwaltung, Programme & Infrastrukturen**

Sozialunternehmertum und gesellschaftliche Innovationen bieten neue Ansätze für steuerungspolitische Maßnahmen. Um diese Potenziale zu erkennen, benötigt es im ersten Schritt einer Schnittstellenanalyse, die Möglichkeiten und Barrieren des „Mainstreamings“ von gesellschaftlicher Innovation und Sozialunternehmertum in Österreich aufzeigt, und Handlungsempfehlungen ausspricht, die in der Öffentlichkeit diskutiert werden.

# Maßnahmen und Strategien im Bereich der politischen und rechtlichen Rahmenbedingungen

## Herausforderungen

### 1. Potenzial erkennen: Investitionen in gesellschaftliche Innovationen und Sozialunternehmen zahlen sich aus

So manche Probleme können durch gesellschaftliche Innovationen und Sozialunternehmen kreativer und effektiver gelöst werden. Sie erweitern mit ihren Angeboten nicht nur das Lösungspotenzial der Gesellschaft, sondern leisten oft auch einen wichtigen Beitrag zu einer Entlastung des öffentlichen Budgets – manchmal kurzfristig, vor allem aber langfristig über ihre direkten und indirekten sozialen Wirkungen.

Zu einem Teil haben diese Lösungen marktbasierende Geschäftsmodelle, gleichzeitig sollen Beiträge der öffentlichen Hand weiterhin eine wichtige Säule für die Finanzierung gesellschaftlicher Innovationen bleiben. Die Daseinsvorsorge kann und soll nicht rein marktwirtschaftlichen Kriterien unterworfen sein.

Österreich braucht mehr Offenheit gegenüber neuen und innovativen Ansätzen. Dazu gehört, dass Hindernisse beseitigt werden, die es Unternehmen erschweren in Feldern zu arbeiten, in denen der Staat nicht oder nicht ausreichend tätig ist. Gleichzeitig müssen Wege gefunden werden, um einerseits öffentliche und private Fördermittel besser kombinieren zu können und andererseits auch Gelder aus unterschiedlichen staatlichen Fördertöpfen zu verknüpfen. Um ein

durch Förderrichtlinien bedingtes Anpassen und Abspecken von sinnvollen Lösungen zu verhindern brauchen wir einen ganzheitlichen Blick auf soziale Probleme und mehr Mut zu ressortübergreifenden Finanzierungen.

### 2. Für die volle Entfaltung des sozialwirtschaftlichen Sektors ist eine Modernisierung der bestehenden Rahmenbedingungen nötig

Auch wenn viele Sozialunternehmen schon auf eine mehrere Jahrzehnte dauernde erfolgreiche Arbeit zurückblicken können, so ist im Sektor seit mehreren Jahren eine deutliche Aufbruchsstimmung zu spüren. Derzeit arbeiten Sozialunternehmen unter einer Vielzahl verschiedener rechtlicher Rahmenbedingungen, doch weder der klassische Verein noch die GesmbH sind vollends praktikable Modelle.

Angepasste und modernisierte Rahmenbedingungen wären eine wichtige Grundlage für die Arbeit und das Engagement von Sozialunternehmen. Aus unserer Sicht braucht es eine Anpassung der Definition von Gemeinnützigkeit (auch unabhängig vom Steuerrecht), die Öffnung bestehender Förderinstrumente wie dem Neugründungsförderungsgesetz für gemeinnützige Organisationen, geeignete Rechtsformen für Sozialunternehmen sowie steuerliche Rahmenbedingungen, welche es deutlich mehr Stiftungen und privaten Investoren wie Business Angels und Impact Fonds ermöglichen gemeinnützig tätig zu sein. Auch für neue innovative Finanzierungsformen wie Crowdfunding sind Rahmenbedingungen zu entwickeln.



### 3. Die öffentliche Vergabe soll nach dem Bestbieterprinzip erfolgen und soziale, ökologische sowie gleichstellungsorientierte Kriterien verpflichtend berücksichtigen

Die öffentliche Hand vergibt jedes Jahr Aufträge in der Höhe von mehr als 50 Milliarden Euro. Bei der Beschaffung ist jedoch in den meisten Fällen nur der Preis das ausschlaggebende Kriterium, während ökologische, soziale und gleichstellungsorientierte Kriterien kaum berücksichtigt werden.

Ein ganzheitlicher Blick ermöglicht den BeschafferInnen, neben dem Kauf von Produkten oder Dienstleistungen, auch noch andere politische oder ökologische Ziele zu fördern: zum Beispiel die regionale Wirtschaft zu beauftragen und Arbeitsplätze vor Ort zu schaffen, gezielt arbeitsmarktpolitische und ökologische oder gleichstellungsorientierte Ziele zu fördern, oder Soziale Unternehmen in der Gründungs- & Wachstumsphase zu unterstützen.

Die öffentliche Hand soll sich bei der Beschaffung in Zukunft nach dem Bestbieterprinzip richten – der Preis soll daher nicht mehr das einzige für einen Zuschlag entscheidende Kriterium bleiben. Durch die verpflichtende Berücksichtigung von sozialen oder ökologischen Kriterien im Beschaffungsprozess kann die öffentliche Hand mehrere Ziele gleichzeitig erreichen. Dafür braucht es vor allem einen ganzheitlichen und wirkungsorientierten Blick, welcher sich vom alleinigen Ziel der möglichst kostengünstigen Beschaffung löst und andere Ziele oder indirekte Kosten in die Entscheidung mit einbezieht. Mit der Umsetzung der neuen EU Vergaberichtlinie ist dafür jetzt der ideale Zeitpunkt.

### 4. Passgenaue Finanzierungsinstrumente müssen planvolles und wirtschaftliches Handeln von Sozialunternehmen ermöglichen

Derzeit führt die enge Auslegung von Richtlinien dazu, dass Soziale Unternehmen in ihrem Handeln eingeschränkt sind.

Viele AnbieterInnen sozialer Dienstleistungen können aufgrund sehr kurzfristiger Verträge ihre Tätigkeit nicht langfristig planen. Planungssicherheit kann jedoch einen wichtigen Beitrag zur Qualität der angebotenen Dienstleistungen leisten, beispielsweise über sonst nicht mögliche Investitionen in Ausstattung oder die Qualifizierung von MitarbeiterInnen. Die Finanzierung von Programmen mit langfristigeren Zielen schafft zudem nachhaltigere Erfolge.

Ein anderes Beispiel sind die Richtlinien für sozialökonomische Betriebe (SÖB) und gemeinnützige Beschäftigungsprojekte (GBP), welche die Kompetenzen der VertragspartnerInnen vermischen. Dies führt dazu, dass Soziale Integrationsunternehmen oft nicht in der Lage sind flexibel auf die Nachfrage nach Produkten oder Dienstleistungen zu reagieren: in vielen Fällen können sie keine zusätzlichen Aufträge mehr annehmen, da die bestehenden Personalressourcen eine ordnungsgemäße Abwicklung des Auftrags nicht ermöglichen und kein zusätzliches Personal eingestellt werden darf. Dies ist ein volkswirtschaftlicher Verlust, da die Schaffung eines zusätzlichen Arbeitsplatzes verhindert wird und keine zusätzliche Wertschöpfung möglich ist.

Darüberhinaus stoßen SozialunternehmerInnen immer wieder an die Grenzen weil Zuständigkeiten etwa im Bereich von Menschen mit Behinderung unklar sind. Derzeit ist die Zuständigkeit von der Art und Ausprägung der Behinderung abhängig. Zusätzlich gibt es un-

terschiedliche Zuständigkeiten für die Arten von Angeboten wie Berufsvorbereitung und Qualifizierung. Das Ziel sollte eine transparente Aufteilung der Zuständigkeiten sein. Ideal wäre eine koordinierende Instanz für Betroffene sowie für FörderwerberInnen.

Auch im Bereich der Förderung von Innovation und Forschung zeigen sich Auswirkungen zu enger Richtlinien: bis heute ist die Zusage von Fördermitteln sehr stark auf technologische Innovationen ausgerichtet, während gesellschaftliche und soziale Innovationen kaum berücksichtigt werden.

Wir setzen uns für angepasste Finanzierungsinstrumente ein, in denen sich VertragspartnerInnen auf ihre jeweiligen Kernkompetenzen beschränken. Dies bietet Sozialunternehmen die Möglichkeit planvoll und wirtschaftlich zu handeln, sowie ausreichend Spielraum um flexibel auf sich verändernde Anforderungen zu reagieren, ohne dabei ihre gesellschaftlichen Ziele zu vernachlässigen. Die grundsätzliche Vorauszahlung des ersten Teilbetrags von Förderungen schafft dabei die notwendige finanzielle Startliquidität für erfolgreiche Projekte.

### 5. Standardisierte sowie anerkannte Qualitäts- und Wirkungsmessung

Alle Arten von Sozialunternehmen haben eines gemeinsam: ein soziales oder gesellschaftliches Ziel ist der Sinn und Zweck ihrer Geschäftstätigkeit. Das Sichtbarmachen dieses Nutzens, ihrer Wirkung und Qualität ist ein wichtiges Element, um die Arbeit von Sozialunternehmen für die breite Öffentlichkeit besser verständlich zu machen. Aus unserer Sicht wäre eine flächendeckende Nutzenmessung ein erster wichtiger Beitrag dazu.

## Erforderliche nächste Schritte der Politik

#### 1. Social Business Initiative in Österreich vertiefend umsetzen

Die grundlegendste und wichtigste Maßnahme ist ein klares Bekenntnis der Politik zur Förderung von gesellschaftlicher Innovation und von Sozialunternehmen. Auf der Ebene der Europäischen Union ist es mit der Social Business Initiative (SBI) und dem Social Investment Package (SIP) bereits gelungen hier wichtige politische Schwerpunkte zu setzen. Österreich muss diese Initiativen aufgreifen und auf nationaler Ebene weiter vertiefen.

#### 2. Reformierung und Modernisierung der Rahmenbedingungen für Gemeinnützigkeit

Zur weiteren Förderung der Entwicklung von Sozialen Unternehmen müssen zahlreiche rechtliche Rahmenbedingungen angepasst und Rechtsformen modernisiert oder sogar neu eingeführt werden. Der aktuell wichtigste Schritt in diesem Bereich ist die Modernisierung der Rahmenbedingungen für Gemeinnützigkeit. Diese muss in Zukunft unabhängig vom Steuerrecht definiert werden. Weitere Schritte wären die Einführung einer eigenen Rechtsform für Soziale Unternehmen, die Förderung von privaten Investments durch Stiftungen und Social Business Angels im Bereich der Sozialen Unternehmen, die Verbesserung von Rahmenbedingungen für gemeinnützige Start-Ups (gemeinnützige Unternehmen sind derzeit im Neugründungs-Förde-



rungsgesetz ausgenommen) sowie die schrittweise Öffnung der bestehenden Wirtschaftsförderungen für Sozialunternehmen.

### **3. Die österreichische Umsetzung der neuen Vergabe-Richtlinie der EU soll die neuen Spielräume nützen und soziale sowie ökologische Kriterien verpflichtend berücksichtigen**

Die Vergabe öffentlicher Aufträge ist ein starkes Instrument zur Förderung von gesellschaftlichen Innovationen und von Sozialunternehmen. Anstatt des Billigstbieter- muss daher das Bestbieterprinzip treten, bei dem neben den Kosten auch soziale, ökologische sowie gleichstellungsorientierte Kriterien in einem relevanten Ausmaß berücksichtigt werden. Die in den kommenden zwei Jahren umzusetzende europäische Vergabe-Richtlinie gibt den Mitgliedsstaaten hier großen Spielraum um die öffentliche Beschaffung verstärkt nach ganzheitlichen Kriterien der Wirkungsorientierung auszurichten. So kann die öffentliche Beschaffung die bestmögliche Lösung von gesellschaftlichen Problemen in den Vordergrund des Vergabeprozesses öffentlicher Aufträge stellen und die Entwicklung von Sozialunternehmen im Rahmen der bestehenden Budgets unterstützen.

### **4. Angepasste Finanzierungsinstrumente ermöglichen planvolles und wirtschaftliches Handeln von Sozialunternehmen**

Eine Rückbesinnung von FördergeberInnen und FördernehmerInnen auf ihre Kernkompetenzen ermöglicht Sozialunternehmen ein wirtschaftliches sowie planvolles Handeln und senkt den Verwaltungsaufwand der öffentlichen Hand. Eine wichtige Grundlage dafür ist ein Abgehen von Förderverträgen mit extrem kurzer Dauer und kurzfristigen Zielen.

### **5. Wirkungsorientierung**

Wir wünschen uns die Einbeziehung aller StakeholderInnen zur Ausarbeitung eines standardisierten Rahmens der Wirkungsmessung, welcher unter anderem auch die Steuerbarkeit der Organisationen sowie deren Effekt zur Zielerreichung sichtbar machen könnte. So können breit akzeptierte Indikatoren und Qualitätskriterien erarbeitet werden, welche für die Zielgruppen der Sozialunternehmen relevant sind. Das deutsche Modell des „Social Reporting Standards“ ist hier ein erster Ansatzpunkt.

# Maßnahmen und Strategien im Bereich der Finanzierung

## Einleitung

Wie klassische Entrepreneurinnen und Entrepreneure sind auch Social Entrepreneurs mit vielen Herausforderungen konfrontiert. Ihre Lösungen für gesellschaftliche Probleme und die damit verbundenen Produkte und Dienstleistungen müssen entwickelt und auf den Markt gebracht werden, Teams sind aufzubauen und die Finanzierung dafür sicherzustellen. Viele dieser Maßnahmen muss die Entrepreneurin oder der Entrepreneur gleichzeitig treffen. Insbesondere in den frühen Phasen benötigen Social Entrepreneurs Unterstützung. Diese ersten Schritte gesellschaftlicher Innovationen werden nachfolgend anhand der Start- und der Wachstumsphase unter dem Finanzierungsaspekt analysiert. Es werden die spezifischen Herausforderungen der einzelnen Phasen analysiert und herausgearbeitet – und was von öffentlicher Seite nötig ist, um die Entwicklung von Sozialunternehmertum in Österreich zu ermöglichen und erfolgreich voranzutreiben.

# Herausforderungen aus Sicht der Social Entrepreneurs

## STARTPHASE

Soziale Entrepreneurinnen und Entrepreneure und auch etablierte sozialökonomische Betriebe bringen eine Vielzahl neuer Ideen hervor, um großen gesellschaftlichen Herausforderungen zu begegnen. Diese Innovationen auf Umsetzbarkeit zu prüfen, eine Marktrecherche durchzuführen und letztlich einen Geschäfts- und Impactplan zu erarbeiten ist oftmals eine hohe Hürde. „Wie baut man eine Organisation auf, um die Idee umzusetzen, und wie soll ich das finanzieren?“ – das sind Fragen, denen sich die Social Entrepreneurs stellen müssen.

Kein noch so gut ausgearbeiteter Geschäftsplan bringt den ersten Testkunden und den ersten Umsatz. Pilotprodukte und -services zu entwickeln, für sie auch Kunden zu finden und die notwendigen finanziellen Mittel zu besorgen, stellt nach der detaillierten Konzeption den nächsten großen Schritt für Social Entrepreneurs dar.

Um dies umzusetzen, bedarf es einer Finanzierung. Wenn private Geldquellen erschöpft sind und risikobereite Investoren für diese Phase nicht zur Verfügung stehen, wie sollen Social Entrepreneurs das Material, die Arbeitskosten und das Design für das Pilotprodukt finanzieren? Ein Kreislauf, der heute nur schwer zu durchbrechen ist und auch seitens der Europäischen Union als „Finanzierungslücke“ anerkannt wird.

Wie bei traditionellen (profitorientierten) Start-ups sind die Möglichkeiten, im Rahmen öffentlicher Ausschreibungen wichtige Pilotprojekte umzusetzen, heute noch nicht vorhanden.

Über die Herausforderungen für einzelne Akteurinnen und Akteure hinausgehend ist der Social-Entrepreneurship-Sektor in Österreich noch sehr jung. Dies zeigt aktuell sehr anschaulich die Netzwerkanalyse dieser Akteurinnen und Akteure in Österreich (FAS Research, 2014). Um den potenziellen Beitrag zur gesellschaftlichen Entwicklung kommunizieren und im vollen Ausmaß umsetzen zu können, ist es erforderlich, die unterschiedlichen Akteurinnen und Akteure bekannt zu machen, sie in ihrer täglichen Arbeit zu vernetzen und das Potenzial von Social Entrepreneurs aufzuzeigen.

## WACHSTUMSPHASE

Social Entrepreneurs gestalten die Welt von morgen mit. Sie wollen mit ihren gesellschaftlichen Geschäftsideen national und international expandieren. Um Fragen wie „Wie kann ich meine Aufträge vorfinanzieren?“, „Was ist für einen neuen Standort an rechtlichen Rahmenbedingungen zu beachten?“ oder „Wie finanziere ich den Export zu meinen neuen Kunden?“ zu beantworten, braucht es spezifisches Know-how. Um zu wissen, wie man eigene Leistungen vorfinanziert oder wie man seine Produkte und Lösungen an lokale Märkte anpasst, um sie dort erfolgreich zu etablieren, braucht es neben Zeit und Engagement auch Geld. Social Entrepreneurs stellen sich mit den Strategien und Konzepten des Unternehmertums gesellschaftlichen Herausforderungen. Sie sollten folglich an der Wirkung und dem Erfolg bei der Bewältigung dieser Herausforderungen gemessen werden. Eine reine Beurteilung nach der Größe oder dem Alter der Organisation greift viel zu kurz.

## DEUTSCHLAND

Das Beteiligungsprogramm für Sozialunternehmen der Kreditanstalt für Wiederaufbau (KfW) stellt Beteiligungskapital zur Deckung des Finanzierungsbedarfs von kleinen und mittleren Sozialunternehmen in der Expansionsphase zur Verfügung. Die KfW ergänzt das finanzielle Engagement von Partnerinvestoren (z. B. Business-Angel, Stiftungen) in gleicher Höhe und zu gleichen Konditionen bis zu einem Betrag von max. 200.000 Euro.

## Lösungen aus Sicht der Social Entrepreneurs

### STARTPHASE

Der Ausspruch „Ideen gibt es viele, aber nur wenige, die sie umsetzen“ verdeutlicht den langen Weg vom ersten Einfall bis zur Verwirklichung. Das Erstellen eines professionellen Projekt- bzw. Geschäftsplans, das Erarbeiten der Wirkungskette und deren Messung sind für viele Social Entrepreneurs neu. Die Teilnahme an Wettbewerben motiviert sie, neue Ideen zu verfolgen, und bietet erste Unterstützung dabei.

Die kostenintensive Bereitstellung von erforderlichem externem Know-how ist in dieser Phase sehr gefragt und übersteigt zumeist Pro-bono-Engagements von engagierten Unterstützerinnen und Unterstützern. Ebenso gelangt die eigene Finanzierung („Family, Friends & Fools“) an ihre Grenzen, wenn es darum geht, erste Produkt- oder Dienstleistungsprototypen zu schaffen und auf dem Markt ersten Tests zu unterziehen. Private Investoren dafür zu finden ist auch bei innovativsten Ideen nicht möglich. Alternative Investitionsformen wie Crowdfunding oder standardisierte Haftungsgemeinschaften mit klaren rechtlichen Rahmenbedingungen könnten die erforderlichen Finanzmittel zur Verfügung stellen.

Förderungen sind in anderen Sektoren, wie z. B. der Kreativwirtschaft, den Life Sciences oder dem Hochtechnologiebereich, eine erfolgreich etablierte Methode, um innovative Ideen auf dem Weg zur Umsetzung zu begleiten. Von der Startphase bis zum Zeitpunkt, zu dem die Eigenfinanzierung oder die privatwirtschaftliche Finanzierung greift, stellen sie den Erfolgsnährboden für Social Entrepreneurs dar. Die gezielte Entwicklung des gesamten Sektors begleitet die individuellen Förderungsmaßnahmen.

Entrepreneurinnen und Entrepreneure leben dafür, ihre Ideen auf den Markt zu bringen. Die Entwicklung von Pilotprodukten zu finanzieren und die ersten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter für die Pilotkunden zu beschäftigen verlangt nach passenden Geldgebern, die sowohl das Risiko abschätzen als auch die Entwicklungschancen sehen.

Business-Angel und Stiftungen unterstützen diese Startphase, sofern sie geeignete Rahmenbedingungen vorfinden – sei es eine attraktive steuerliche Behandlung von Investitionen in gesellschaftsrelevante Vorhaben oder auch die Herstellung von Rechtssicherheit durch die Behandlung als gemeinnütziges Investment, selbst wenn ein Sozialunternehmen zur Erreichung seines gesellschaftlichen Zieles unternehmerische Ansätze verfolgt.

Eine für die Startphase ausreichende Finanzierung erfordert über Crowdfunding, Business-Angel und Stiftungen hinaus auch öffentliche Förderungen. Das kann zum Start ein spezielles Förderungsprogramm für Social Entrepreneurs sein. Mittelfristig ist für soziale Entrepreneurinnen und Entrepreneure auch die Inanspruchnahme bestehender Förderungsmaßnahmen, die in Richtung der gesellschaftlichen Wirkung weiterentwickelt werden, wichtig, z. B. die öffentliche Verdoppelung von Investitionen von Stiftungen. Dies gilt sowohl für unternehmensbezogene Förderungen als auch für Forschungs- und Entwicklungsprogramme.

### WACHSTUMSPHASE

Geht es an die Expansion, dann decken in entwickelten Sektoren private Geldgeber die anfallenden hohen Investitionskosten. Im Bereich der gesellschaftlichen Innovationen ist der Markt dafür noch nicht vorhanden. Deshalb gibt es Bedarf an nationalem öffentlichem Engagement. Dabei können unterschiedliche Instrumente eingesetzt werden, Risikoabsicherungen für Investoren oder die öffentliche Aufstockung privater Mittel sind Möglichkeiten, die private Investitionsbereitschaft anzuregen. Fund-in-Funds-Initiativen sorgen zusätzlich für die Bereitstellung von institutionellem Investmentkapital.

Wenn es dann um die Finanzierung von Aufträgen geht (privatwirtschaftlichen oder auch gezielt innovationsfördernden öffentlichen), brauchen Entrepreneurinnen und Entrepreneure, die in der frühen Entwicklungsphase noch nicht über eine ausreichende Bonität verfügen und für die Forderungssessionen noch nicht hinreichend möglich sind, öffentliche Garantiegeber.

Wenn Förderungen im sozialen Sektor derzeit oft erst im Nachhinein ausbezahlt werden, verursacht dies zusätzliche Liquiditätsprobleme, da die Förderungsnehmerinnen und -nehmer die Umsetzungskosten vorfinanzieren müssen.

### VEREINIGTES KÖNIGREICH

Mit den sogenannten Social-Impact Bonds wurde ein Instrument geschaffen, um privates Kapital für präventive soziale Projekte zu mobilisieren: Ein sozialer Dienstleister – eine Non-Profit-Organisation oder auch ein gewerblicher Anbieter – verpflichtet sich, mit einer gezielten vorbeugenden Maßnahme ein bestimmtes soziales Problem zu entschärfen, etwa die Rückfallquote von Haftentlassenen zu senken oder die Zahl junger Langzeitarbeitsloser zu reduzieren. Die Maßnahme wird über privates Investmentkapital finanziert. Im Erfolgsfall zahlt die öffentliche Hand dem privaten Investor sein eingesetztes Kapital inklusive einer Rendite zurück. Der Erfolgsfall ist dadurch gekennzeichnet, dass die Präventionsmaßnahme zu einer Entlastung der öffentlichen Kassen führt. Bleibt die vereinbarte soziale Wirkung aus, trägt der Investor das finanzielle Risiko.

## Erforderliche nächste Schritte der Politik

### STARTPHASE

Zur Entwicklung eines erfolgreichen Social-Entrepreneurship-Sektors, der mithilfe, gesellschaftliche Herausforderungen in Österreich zu bewältigen, sind für die Startphase von Social Entrepreneurs drei wesentliche unterstützende Maßnahmen notwendig.

#### 1. Ein eigenes Förderungsprogramm für Social Entrepreneurs schaffen

Das Ziel des Programms ist es, speziell zugeschnitten auf die Anforderungen von Social Entrepreneurs aus innovativen Ideen umsetzungsfähige Lösungen zu machen. Es basiert auf drei Säulen: der Bereitstellung von Know-how für Social Entrepreneurs, einem Finanzierungsprogramm und einem Maßnahmenpaket zur Sektorentwicklung. Die erfolgreiche Entwicklung des Life-Sciences- und des Kreativwirtschaftssektors in Österreich bietet hier Referenzmodelle.

#### 2. Innovative Finanzierungsformen ermöglichen

Neue alternative Finanzierungsformen wie Crowdfunding stellen eine sinnvolle Ergänzung zum privaten finanziellen Engagement der Entrepreneurinnen und Entrepreneure und zu öffentlichen Förderungen dar. Darüber hinaus können standardisierte Haftungsgemeinschaften Investitionen in gesellschaftliche Innovationsvorhaben anregen. Diese Finanzierungsmechanismen sind für Social Entrepreneurs weiterzuentwickeln.

Die Umsetzung einer gesellschaftlichen Innovationsidee erfordert neben dem vollen Einsatz der Entrepreneurinnen und Entrepreneure eine Reihe von Rahmenbedingungen, um die notwendigen Investitionen auszulösen und den Zugang zu bestehenden Märkten zu eröffnen.

#### 3. Steuerliche Anreize für Investitionen in gesellschaftliche Innovationen schaffen

Gemeinnützige Stiftungen und Social-Business-Angel können, sofern die Finanzierung von gesellschaftlichen Innovationen als gemeinnützig anerkannt und steuerlich bevorzugt behandelt wird, ein wichtiger Baustein für die Finanzierung der Startphase sein. Erfolgreiche Beispiele wie in Großbritannien zeigen das Potenzial dafür auf.

### WACHSTUMSPHASE

Der Weg von den Pilotkunden über eine ausgereifte Dienstleistung oder ein ausgereiftes Produkt bis zu einer breiten Kundenbasis ist lang. Zugleich werden erst dann die positiven gesellschaftlichen Wirkungen sichtbar und legen das Fundament für die weitere Expansion. Ob regional oder international oder über weitere Innovationen, die neue Kundengruppen erschließen, Wachstum braucht Finanzierung, welche die öffentliche Hand zugänglich machen kann.

#### 4. Eigenkapital für gesellschaftliche Innovationen mobilisieren

Die Social-Impact-Investmentlandschaft in Österreich ist aufzubauen. Dazu bedarf es öffentlicher Co-Investments privater Investitionen und einer Fund-in-Funds-Initiative. Die KfW in Deutschland und Tekes aus Finnland stellen Referenzbeispiele für die Öffnung und den Ausbau bewährter österreichischer Instrumente wie Double Equity und der Venture-Capital-Initiative dar.

#### 5. Öffentliche Förderungsprogramme für gesellschaftliche Innovationen öffnen

Die Öffnung bestehender Programme der unternehmensbezogenen Wirtschaftsförderung, der Forschungs- und Entwicklungsförderung und der Förderung der Grundlagenforschung schafft die Basis für die breite Entwicklung von gesellschaftlichen Innovationen und Social Entrepreneurship in Österreich. Dazu braucht es die Aufnahme von gesellschaftlichen Wirkungskriterien in die Förderungsrichtlinien bestehender Programme.

So sind beispielsweise für die Vorfinanzierung erster großer Aufträge öffentliche Teilhaftungen erforderlich, um Social Entrepreneurs Zugang zu den Bankenfinanzierungen zu verschaffen. Dies ist ein etabliertes Instrument für traditionelle Unternehmen, das es für Social Entrepreneurs anzupassen gilt. Das Gleiche gilt für Exportfinanzierungsförderungen.

## 6. Öffentliche Vergaben wirkungsorientiert ausschreiben

Etablierte soziale Entrepreneurinnen und Entrepreneurere können mit innovativen Ansätzen wirkungsorientierte Lösungen für öffentliche Aufgaben anbieten. Um den Social Entrepreneurs die Chance dazu zu geben, muss die bestmögliche Wirkung der Lösung gesellschaftlicher Probleme im Vordergrund des Vergabeprozesses bei öffentlichen Aufträgen stehen. Social-Impact-Bonds sind ein Beispiel dafür.

Im Rahmen einer innovationsfördernden öffentlichen Beschaffung von Bund, Ländern und Gemeinden sind Sozialunternehmerinnen und -unternehmer bevorzugt zu behandeln. Damit kann die Etablierung von Social Entrepreneurs durch bestehende Budgets unterstützt werden.

## 7. Auszahlungsmechanismus öffentlicher Förderungen für Social Entrepreneurship anpassen

Die grundsätzliche Vorauszahlung des ersten Teilbetrags öffentlicher Förderungen für Social Entrepreneurs schafft die notwendige Liquidität, um die Innovationsvorhaben erfolgreich starten und umsetzen zu können. Best Practices dafür sind unternehmensbezogene Bundes- oder Landesförderungen.

## Zusammenfassung

Social Entrepreneurship ist ein junger Sektor, der angetreten ist, mit innovativen Ideen zur Bewältigung gesellschaftlicher Herausforderungen in Österreich beizutragen. Für die erfolgreiche Entwicklung des Sektors sind jetzt 1) die Schaffung eines Social-Entrepreneurship-Förderungsprogramms, 2) die Mobilisierung von privatem Kapital und Wachstumsfinanzierungen und 3) eine wirkungsorientierte öffentliche Beschaffung notwendig.

# Teilnehmende

## Teilnehmende des Kick-Off Workshops im Jänner 2014

VORNAME	NACHNAME	ORGANISATION
Gabriele	Dixon	TURNAUER PRIVATSTIFTUNG
Stephan	Dorfmeister	SPECIALISTERNE
Walburga	Fröhlich	ATEMPO
Nikolaus	Hutter	TONIIC
Martin	Kirchner	PLENUM
Christian	Krassnig	RAT FÜR FORSCHUNG & TECHNOLOGIEENTWICKLUNG
Stephan	Kropf	FUNDRAISING VERBAND ÖSTERREICH
Hannah	Lux	IMPACT HUB VIENNA
Harald	Mahrer	JULIUS RAAB STIFTUNG
Niels	Mitschke	AWS
Marisa	Mühlböck	JULIUS RAAB STIFTUNG
Elisabeth	Oberrisser	RESPACT
Florian	Pomper	CARITAS WIEN
Franz Karl	Prüller	ERSTE STIFTUNG
Martin	Ruckensteiner	INNOIMPACT
Hannes	Schwetz	AWS
Christine	Spernbauer	IMPACT HUB VIENNA
Richard	Vrzal	SBV
Tanja	Wehsely	SBV
Florian	Wukovitsch	WU
Werner	Wutscher	NEW VENTURE SCOUTING
Anne	Zimmermann	DEPARTURE

## Teilnehmende der Arbeitsgruppen

VORNAME	NACHNAME	ORGANISATION
Karin	Abram	CARITAS ÖSTERREICH
Günter	Benischek	ERSTE BANK
Gregor	Demblin	CAREER MOVES
Alexander	Diesenreiter	WIRTSCHAFTSAGENTUR WIEN
Rahel	Falk	WIFO
Michael	Fembeck	BAUMAX GRUPPE



VORNAME	NACHNAME	ORGANISATION
Philipp	Hammer	BDV AUSTRIA
Martin	Hollinetz	OTELLO
Nikolaus	Hutter	TONIIC
Martin	Kirchner	PIONEERS OF CHANGE
Veronika	Kotzab	INDUSTRIELLENVEREINIGUNG
Christian	Krassnig	RAT FÜR FORSCHUNG & TECHNOLOGIEENTWICKLUNG
Johannes	Lindner	SCHUMPETER HANDELSAKADEMIE
Katharina	Meichenitsch	DIAKONIE
Wolfgang	Michalek	ZSI
Stefanie	Michor	AWS
Reinhard	Millner	WU WIEN
Niels	Mitschke	AWS
Judith	Pühringer	BDV AUSTRIA
Matthias	Reisinger	IMPACT HUB VIENNA
Marie	Ringler	ASHOKA AUSTRIA
Hanna	Schneider	WU WIEN
Georg	Schön	ASHOKA AUSTRIA
Klaus	Schuch	ZSI
Christian	Schwab	ASHOKA AUSTRIA
Florian	Schwendinger	INDUSTRIELLENVEREINIGUNG
Hannes	Schwetz	AWS
Peter	Vandor	WU WIEN
Manuela	Vollmann	ABZ*AUSTRIA
Elisabeth	Witzani	NEW VENTURE SCOUTING
Werner	Wutscher	NEW VENTURE SCOUTING
Anne	Zimmermann	DEPARTURE