Akademie Management und Politik

Newsletter 3 / 2012

Schwerpunkt: Sozialunternehmen

MuP aktuell

Broschüre zur MuP-Fachtagung erschienen

Die Broschüre **„Diversitätspolitik. Strategien für mehr kulturelle Vielfalt in politischen Mitgliederorganisationen“** fasst die wichtigsten Ergebnisse zur diesjährigen Fachtagung zusammen. In der Broschüre werden Ansätze wie Diversity Management und interkulturelle Öffnung vorgestellt und Instrumente und Strategien präsentiert, mit denen Sie einzelne Bereiche ihrer Organisation wie Öffentlichkeitsarbeit, Organisationskultur oder interne Machtstrukturen im Hinblick auf kulturelle Vielfalt überprüfen und verändern können.

Die Broschüre kann unter mupinfo@fes.de bestellt oder hier heruntergeladen werden.

MuP-Seminare aktuell

In folgenden Seminaren gibt es noch freie Plätze:

Visuelle Kommunikation
23. - 25. Nov. 2012 in Würzburg
Im Seminar lernen Sie, wie man Print- und Online-Medien so gestalten kann, dass ihre Inhalte wahrgenommen werden und beste Wirkung erzielen.
Seminarbeschreibung

Aktionen und Kampagnen
7. - 9. Dez. 2012 in Bad Münstereifel
Anhand konkreter Beispiele lernen Sie in diesem MuP-Seminar, wie Sie mit ihrer Organisation mit kleinem Budget erfolgreich Aktionen und Kampagnen gestalten können.
Seminarbeschreibung

Projekte kompetent steuern
7. - 9. Dez. 2012 in Machern/Leipzig
In diesem MuP-Seminar erfahren Sie, wie Sie Fehlentwicklungen in Projekten durch regelmäßige Kontrolle und gut platzierte Meilensteinen entgegenwirken können.
Seminarbeschreibung

Quelle: Viktor Kuryan / photoXpress

Teilhabemöglichkeiten, Chancengleichheit oder ökologische Nachhaltigkeit verwirklichen, indem man ein Unternehmen gründet? Funktioniert das? Dieser MuP-Newsletter beschäftigt sich mit dem Thema Sozialunternehmen, die mit innovativen Ideen, Produkten oder Dienstleistungen versuchen gesellschaftliche, ökologische oder soziale Probleme mit unternehmerischem Denken zu lösen und gleichzeitig als Multiplikatoren für bürgerschaftliches Engagement zu fungieren. Im Gegensatz zu normalen Unternehmen oder Corporate Social Responsibility Initiativen großer Konzerne spielt die Erwirtschaftung von Kapital dabei eine untergeordnete Rolle.
Aber wie funktionieren solche Initiativen und was ist das Innovative daran? Welchen Herausforderungen müssen sich Sozialunternehmer in Deutschland stellen und was kann man von diesen Ansätzen lernen? Im Newsletter sowie im ergänzenden Angebot auf unserer Website und im FES-Campus finden Sie dazu zahlreiche Beispiele, interessante Texte, praktische Anregungen, sowie Link- und Veranstaltungstipps zum Thema.

MuP-Arbeitshilfe

Die **MuP-Arbeitshilfe „Unternehmensgründung für die gute Sache“** zeigt anhand von Praxisbeispielen innovative Ansätze unterschiedlicher Sozialunternehmer auf und gibt Anregungen, was es bei der Gründung eines Sozialunternehmens zu beachten gilt.

MuP-Arbeitshilfe – Sozialunternehmen

MuP-Interview

Quelle: privat

Michael Vollmann *arbeitet bei Ashoka Deutschland und ist dort verantwortlich für das Fellowship Programm. Ashoka unterstützt Menschen, die zur Lösung gesellschaftlicher Probleme und dadurch zu positivem Wandel beitragen.*

Was versteht man eigentlich unter dem Begriff „Sozialunternehmer"?
Der gängigen Definition von Prof. Greg Dees entsprechend sind Sozialunternehmer Initiatoren innovativer Lösungen für gesellschaftliche Herausforderungen sowie Impulsgeber für neue Ressourcenströme und soziale Märkte.

In welchen Bereichen sind Sozialunternehmer in Deutschland aktiv?
Sozialunternehmertum lässt sich nicht auf ein Feld, wie etwa Arbeitslosigkeit festlegen, denn Social Entrepreneurs sind im Bildungs- und Gesundheitssystem, im Umweltschutz und Regionalentwicklung, in der Demokratieförderung und Armutsbekämpfung sowie in zahlreichen weiteren Feldern aktiv. "Sozial" ist auf alle möglichen gesellschaftlichen Missstände bezogen und daher auch dynamisch erweiterbar. In einem so ausdifferenzierten und nur in engen Regeln wettbewerblich organisierten Sozialsystem wie in Deutschland sind unternehmerische Innovationen selten und wirtschaftliche Unabhängigkeit von staatlichen oder anderen Gebern oft wenig nahe liegend. Deshalb spezialisieren sich Sozialunternehmer in Deutschland meist auf Nischen und Ineffizienzen im bestehenden Wohlfahrtsstaat.

Wodurch unterscheidet sich Sozialunternehmertum von bürgergesellschaftlichem Engagement?
Sozialunternehmer sind Wegbereiter und Multiplikatoren für bürgerschaftliches Engagement. Sie bieten die dafür nötige Infrastruktur und Rollenvorbilder. Das Engagement eines jeden Einzelnen ist tief im Wirkungsmechanismus vom Sozialunternehmertum verankert: Je mehr Menschen sich selbst zum Handeln als Sozialunternehmer inspiriert fühlen, statt nach der Zuständigkeit des Staates oder Dritten nach der eigenen Verantwortung und Lösungskompetenz zu fragen, desto mehr steigen die Selbstheilungskräfte und die Resilienz gegenüber gesellschaftlichen Schieflagen. Eine Gesellschaft, die schneller Lösungen für ihre Probleme entwickeln und umsetzen möchte als neue entstehen, ist auf Sozialunternehmer angewiesen – als Forschungs- und Entwicklungsabteilung für das Gemeinwohl, aber auch als Mobilisierer von bürgerschaftlichem Engagement.

Gibt es Trends bei Sozialunternehmen, die Vorbildcharakter für traditionelle Non-Profit-Organisationen haben können?
Sozialunternehmen unterscheidet oft ein neuer Umgang mit Ressourcen. Typisch für ihre Vorgehensweise ist die Entdeckung einer neuen Zielgruppe, die eine Lösung mitproduzieren kann statt (nur) Leistungsempfänger zu sein. Während der Finanzbedarf vieler traditioneller Sozialträger proportional mit dem Wachstum der Wirkung steigt, bauen Sozialunternehmer auf bisher unentdeckte Ressourcen und beschleunigen die Verbreitung der Lösung aus sich selbst heraus. (...) Des Weiteren diversifizieren viele Sozialunternehmer ihre Einkommensstränge und sind so nicht primär auf die Ziele weniger Kapitalgeber oder auf die Einnahmen aus bestimmten Aktivitäten angewiesen...

Das komplette Interview mit Herrn Vollmer finden Sie auf unserer Internetseite:
Link zum kompletten Interview

Mehr zum Thema

Das Ashoka Ideenpapier **„Wie überwinden wir Hürden für soziale Problemlöser?"** führt die zehn wichtigsten Hürden auf, vor denen Sozialunternehmer in Deutschland stehen und stellt konkrete Ansätze vor wie diese langfristig überwunden werden können.
Ashoka-Ideenpapier

Der betterplace.org **„Trendreport Verkaufen mit Herz"** setzt sich mit dem Thema Corporate Social Responsibilty auseinander und zeigt auf, welche positiven und negativen Konsequenzen es hat, wenn Firmen sich zu Marketingzwecken sozial engagieren.
Trendreport CSR

Das **Human Centered Design-Toolkit** kann von Individuen und Organisationen genutzt werden um zielgruppenorientierte Projekte zu entwickeln, durchzuführen und zu evaluieren. Auf der Website finden sich zahlreiche Methoden und Werkzeuge, die insbesondere für Sozialunternehmer nutzbar sind.
HCD-Toolkit

Auf der Veranstaltungswebsite der Zeitschrift **enorm** finden Sie regelmäßig aktuelle **Veranstaltungs-tipps zum Thema Sozialunternehmertum** und nachhaltiges Wirtschaften
Veranstaltungsüberblick

Im **Youtube-Channel von social edge** stellen unzählige Sozialunternehmer aus aller Welt ihre Projekte und Visionen in kurzen Videoclips und Interviews vor.
Sozialunternehmer-Channel

Weitere Informationen zu beispielhaften Sozialunternehmen, Veranstaltungen und Literatur zum Thema finden Sie unter:
www.fes-mup.de

Die Bedeutung von Networking für Sozialunternehmer

Quelle: S.Hofschlaeger/ pixelio.de

Da Sozialunternehmer im Gegensatz zu traditionellen NPO nicht auf bestehende Netzwerkstrukturen zurückgreifen können, ist der Aufbau von Netzwerken und die Gestaltung erfolgreicher Netzwerkbeziehungen (Networking) in diesem Bereich besonders wichtig. **Organisationen** wie Ashoka oder die Schwab Stiftung unterstützen und vernetzen Sozialunternehmer im Rahmen von Förderprogrammen oder thematischen Veranstaltungen.

Doch auch außerhalb dieser Strukturen haben sich gerade im sozialunternehmerischen Umfeld zahlreiche innovative Formen des Netzwerkens herausgebildet. Im Rahmen gemeinsamer Arbeitsräume (**Co-Working Space**) versuchen Initiativen wie das social impact lab beispielsweise den alltäglichen Austausch unter Sozialunternehmern zu fördern.
Auch im Internet finden sich Plattformen, auf denen sich Leute, die sich in einer bestimmten Stadt sozial engagieren wollen, treffen und gemeinsam Ideen entwickeln können. Diese **Social Hubs** werden in einigen Städten wie Lübeck mittlerweile durch reale Räume ergänzt, die als Treffpunkt für Engagierte dienen.

Sie möchten mehr zum Thema erfolgreiches Networking erfahren? In unserem neu konzipiertem **MuP-Seminar „Networking: Aufbau und Gestaltung erfolgreicher Netzwerkbeziehungen"** *erfahren Sie, wie Sie Netzwerkbeziehungen professionell aufbauen und diese so gestalten können, dass Sie Unterstützer und Kooperationspartner für Projekte in Ihrer gesellschaftspolitischen Arbeit finden können. Zum Seminar*

MuP-Jahresprogramm 2013

Als Engagierte und Führungskräfte in Non-Profit-Organisationen (NPO) sind Sie mit wachsenden Anforderungen, immer komplexeren Aufgaben und ständigem Wandel konfrontiert. Es gilt diesen Wind des Wandels als Chance für die Organisation zu begreifen und als Verantwortliche in NPO Veränderungsprozesse aktiv mitzugestalten, um die Organisation zukunftsfähig zu gestalten.

Auch 2013 bietet die Akademie für Management und Politik Ihnen daher zahlreiche Seminare und Ausbildungsgänge in den Bereichen Organisations-, Kommmunikations- und Freiwilligen-Management an. Mehr Infos finden Sie in unserem Jahresprogramm 2013

Wir freuen uns darauf, Sie auch 2013 bei Ihrem Engagement unterstützen zu können und wünschen Ihnen viel Spaß mit dem neuem Seminarprogramm und eine entspannte Vorweihnachtszeit!
Katrin Matuschek und das MuP-Team

Exklusiv im FES-Campus

Folgende Materialien stellen wir Ihnen exklusiv im FES-Campus bereit:

Die Zeitschrift „**enorm"** beschäftigt sich schwerpunktmäßig mit nachhaltigem Wirtschaften und sozialen Unternehmen. Wir freuen uns ihnen daraus den Artikel **„Frühe Wegweiser" von Urs Fitze**, bereitstellen zu können, der anschaulich beschreibt, mit welchen Schwierigkeiten Sozialunternehmer am Anfang zu kämpfen haben und wie diesen Schwierigkeiten durch gezielte Bildungsangebote versucht wird, zu begegnen.

Der **Mercator Forscherverbund** hat 2012 die Ergebnisse einer zweijährigen Studie zu verschiedenen Aspekten von Sozialunternehmertum in Deutschland veröffentlicht. Das Policy Paper **„Sozialunternehmer – Chancen für soziale Innovation in Deutschland"** zeigt auf welche Schwierigkeiten es in diesem Bereich bislang gibt und gibt zugleich praktische Handlungsempfehlungen für unterschiedliche Akteure. Auch dieses Paper finden Sie exklusiv in unserem FES-Campus zum Download.

Hier geht es zum Campus-Login:
http://www.fes-campus.de

Als MuP-TeilnehmerIn können Sie sich über unser Online-Kontaktformular direkt für den FES-Campus anmelden.

Impressum

Friedrich-Ebert-Stiftung
Akademie Management und Politik
Godesberger Allee 149
53170 Bonn

Tel: 0228-883-7108
Email: redaktionmup@fes.de
Internet: www.fes-mup.de