

## POTENTIELLE SOCIAL ENTREPRENEURS AUFSPÜREN UND ANSPRECHEN

Weltweit und auch in Deutschland entwickelt sich eine aktive, sozialunternehmerische Gründer\*innen-Szene, die sich mit innovativen unternehmerischen Konzepten und zeitgemäßen Instrumenten für einen positiven Wandel der Gesellschaft engagiert. Angetrieben von der Idee, den notwendigen Wandel selbst in die Hand zu nehmen, aufgespürte gesellschaftliche Probleme proaktiv und nachhaltig lösen zu wollen oder bisher ungenutzte Ressourcen zum Wohle vieler zu erschließen, gibt es mittlerweile unzählige sehr aktive Initiativen, Vereine und Unternehmen. Das Spektrum der Akteure reicht dabei von ehrenamtlich Tätigen bis zu mittelständischen Unternehmen, vom losen Zusammenschluss Einzelner bis zur Genossenschaft, vom Non-for-Profit-Ansatz bis zum profitablen Unternehmen, das Gewinne in soziale Projekte investiert. Die ökologischen und die sozialen Herausforderungen müssen beim Thema Social Entrepreneurship immer zusammen betrachtet werden. Sie aufzuspüren und gezielt anzusprechen ist dabei nicht immer einfach, da sich viele Social Entrepreneure nicht als solche verstehen oder sich nicht in entsprechenden Kreisen und Netzwerken bewegen.

### WIE FINDET MAN SIE?

Um soziale Innovationen aber auch Ideen und Konzepte mit sozial innovativem Charakter in Sachsen-Anhalt zu finden, ist es zu Beginn sinnvoll Träger und Akteure sozialer Innovationen zu recherchieren. Einen ersten Zugang ermöglichen bestehende wissenschaftliche Strukturen und Forschungsprojekte auf nationaler oder internationaler Ebene, wie beispielsweise das 2011 bis 2014 durchgeführte Grundlagen-Forschungsprojekt „Soziale Innovation in Deutschland“ (vgl. Müller und Kopf 2015), das auf europäischer Ebene angelegte Forschungsprojekt TEPsIE (The Young Foundation 2012) oder das internationale Forschungsprojekt SI-DRIVE Social Innovation - Driving Force of Social Change (SI-DRIVE).

Vorhandene Netzwerke und Innovationsökosysteme in denen sich innovative Akteure bewegen, sowie auch Räume in denen bislang keine soziale innovativen Akteure handeln, wurden durch das Kompetenzzentrum Soziale Innovation Sachsen-Anhalt (KomZ) sichtbar gemacht und liefern erste Erkenntnisse über soziale Innovationen in Sachsen-Anhalt. Zudem bedarf es einer fortlaufenden Online-Recherchen der sozial innovativen Landschaft. Dieser Prozess kann eine Vielzahl an Initiativen, Vereinen, Start-Ups und Unternehmen zu Tage bringen, die anschließend auf ihre soziale Innovativität hin analysiert und kategorisiert werden können. Insbesondere Online-Auftritte von Universitäten, Hochschulen und Forschungsinstituten in Sachsen-Anhalt, staatlich geförderten Programmen, Unternehmen, Stiftungen, Vereinen sowie Auszeichnungen, z.B. Demografiepreis, können systematisch und wiederkehrend betrachtet werden. Ergänzend ermöglichen strategische Partnerschaften und Netzwerke, aber auch Formate wie: Aktionstagen und Online-Dialogen sowie eine gute Öffentlichkeitsarbeit und Nachwuchsförderung einen weiteren Zugang zu Social Entrepreneuren in Sachsen-Anhalt.

**Abbildung 1 - Zugangsformate zu sozialen Innovationen in Sachsen-Anhalt**

Literatur und Studien	Online-Auftritte	Netzwerk- und Dialogveranstaltungen	SI-Ticker
Einschlägige Literatur, Forschungsprogramme und Studien	Universitäten, staatlich geförderte Programme, Wettbewerbe und Auszeichnungen etc.	Veranstaltungen, Aktionstage, Online-Dialoge etc.	Möglichkeit soziale Innovationen digital oder analog einzureichen

Zahlreiche Pioniere im ländlichen Raum Sachsen-Anhalts haben sich längst zu weit vernetzten, unternehmerisch handelnden Social Entrepreneurs entwickelt: Kultur- und Bildungsstätte Kloster Posa e.V., Künstlerstadt Kalbe e.V., bahnhof17 e.V. oder heimatBEWEGEN e.V.. Auch in Halle und Magdeburg gibt es mehr und mehr Start-ups mit ökologischer Mission (Inflotec GmbH; moosaik; Apfelpunkt GmbH; ÖkoLogisten UG; Crummes Eck gUG) und unternehmerisch handelnde Kultur- und Sozial-Initiativen (Peißnitzhaus gemeinnützige eG; Grünstreifen e.V.). Social Entrepreneure wie ArbeiterKind.de gGmbH, Ackerdemia e.V. oder Discovering Hands Service GmbH wirken bis nach Sachsen-Anhalt hinein und sind auf der Suche nach Möglichkeiten zu expandieren oder, um in der Denkweise von Social Entrepreneurship zu bleiben, ihre Wirkung zu skalieren. Auch die Videos zu den Leuchtturmprojekten des KomZ können mittels Verlinkung zu unserem YouTube-Kanal als digitales Storytelling genutzt werden: <https://www.youtube.com/channel/UC55UNLIKDtZ25KwopZESnkQ>

Im KomZ können sozial innovative Akteure über ein digitales Formular soziale Innovationen auf der KomZ-Homepage eintragen (SI-Ticker), welche anschließend auf ihre soziale Innovationsfähigkeit untersucht werden. Dieses Angebot steht ebenfalls analog in Form von Kurz-Steckbriefen zur Verfügung und wird auf Netzwerk- und Dialogveranstaltungen eingesetzt. Dieses Format ließe sich relativ einfach auf SENSE übertragen bzw. könnten auch Verlinkungen und Verweise zur neuen KomZ-Seite und zu unserem YouTube-Kanal mit den Leuchtturmprojekten erstellt werden.

Die öffentliche Sichtbarkeit sozialer Innovationen spielt für den methodischen Zugang eine entscheidende Rolle, folglich ist das Auffinden sozialer Innovationen nicht unmittelbar gleichzusetzen mit dem Vorhandensein sozialer Innovationen. Dass einige Initiativen und Entrepreneurs öffentlich und/oder digital sichtbar sind als andere, kann zahlreiche Ursachen haben, beispielsweise können eine staatliche Förderung und der damit häufig verbundene Auftrag zur Öffentlichkeitsarbeit eine Rolle spielen. Zudem hängt die Sichtbarkeit maßgeblich vom subjektiven Verständnis der Akteure gegenüber der Definition sozialer Innovation ab und inwieweit sie sich dieser zuschreiben. Ein Akteur, der sein Vorhaben selbst nicht als sozial innovativ erkennt, wird sich öffentlich nicht als sozial innovativ kommunizieren. Weiter unterscheidet sich der urbane vom ländlichen Raum hinsichtlich der Verbreitung neuer Praktiken. Städte gelten aufgrund ihrer Größe, Dichte und Vielfalt als Basis für gesellschaftliche Innovation. Dort wo heterogene Denk- und Lebensformen, Kulturen und Religionen auf engem Raum zusammentreffen, entstehen einerseits Konflikte, andererseits aber auch Freiräume für Kreativität und Innovation (vgl. Evers et al. 2014). Grundsätzlich kann eine Idee raumunabhängig entstehen, jedoch braucht es für die Implementation und Diffusion der Idee Kapital, Expertise und Netzwerke, die in Zentren schneller und leichter zugänglich sein können. Daraus den Schluss zu ziehen, im ländlichen sowie strukturschwachen Raum gibt es zwangsläufig weniger Innovationspotential, wäre jedoch zu vorschnell. Der ländliche Raum hat eigene Bedarfe und Herausforderungen, denen sich soziale Innovationen annehmen und die bei der Recherche beachtet werden müssen (KomZ Working Paper Nr. 2/2022).

## Abbildung 2: Recherchequellen sozialer Innovationen

### Universitäten und Forschungsinstitute

- Insbesondere Universitäten und Hochschulen in Sachsen-Anhalt und Ostdeutschland
- Bestimmte Programme von Universitäten, bspw. Gründungszentren wie
  - o <https://transfer.uni-halle.de/>
  - o <http://www.burg-halle.de/designhaushalle/>
- Kooperationen/Verbünde in den Universitäten involviert sind
- Innovative Gesundheitsmodelle in Deutschland (Johann Wolfgang Goethe-Universität Frankfurt am Main): <http://www.innovative-gesundheitsmodelle.de/modelle>
- Hanestiv Institute for Entrepreneurship and Regional Development an der Universität Rostock: <http://www.hie-ro.de/index.php/de/>
- Innovative Hochschule Merseburg: <https://www.hs-merseburg.de/forschung-und-transfer/transfer/innovative-hochschule/> oder
- Bundesprogramm Innovative Hochschule: <https://www.innovative-hochschule.de/>

### Staatlich geförderte Projekte/Programme

- LEADER Programm (LAG Sachsen-Anhalt durchtelefonieren): <https://leader-anhalt.de/projekte/>
- Projekt-Landkarte des BMFSFJ: <https://www.bmfsfj.de/projekt-landkarte>
- Bundesprogramm für ländliche Entwicklung (BULE) und Projekte/Wettbewerbe des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL): [https://www.bmel.de/DE/themen/laendliche-regionen/foerderung-des-laendlichen-raumes/bundesprogramm-laendliche-entwicklung/bundesprogramm-laendliche-entwicklung\\_node.html](https://www.bmel.de/DE/themen/laendliche-regionen/foerderung-des-laendlichen-raumes/bundesprogramm-laendliche-entwicklung/bundesprogramm-laendliche-entwicklung_node.html)
- Zentrum für Migration und Arbeitsmarkt – ZEMIGRA: <https://www.zemigra-landkarte.de/>
- alle Sachsen-Anhalt Portale

### Stiftungen und Vereine

- Wegweiser Kommune der BertelsmannStiftung: <http://www.wegweiser-kommune.de/projekte/kommunal/halle-saale-treffpunkt-lutherplatz-familienzentrum-der-bauverein-halle-leuna-eg>
- Kulturstiftung des Bundes: <https://www.kulturstiftung-des-bundes.de/de>
- Robert Bosch Stiftung: Neuland-Gewinner: <https://www.bosch-stiftung.de/de/projekt/neulandgewinner-zukunft-erfinden-vor-ort>
- Friedrich-Ebert-Stiftung: <https://www.fes.de/>
- Lagfa Sachsen-Anhalt: <https://www.lagfa-lsa.de/>
- Thünen-Institut: <https://landlebtdoch.de/>
- SEND e.V.: <https://www.send-ev.de/>

### Wirtschaft

- Innovators Club (IC) des Deutschen Städte- und Gemeindebundes, einem Zirkel, der sich regelmäßig mit strategischen Zukunftsthemen der Kommunen befasst: <https://www.innovatorsclub.de/>
- Initiative „Deutschland - Land der Ideen“ (vom BDI gegründet): <https://land-der-ideen.de/>
- Investforum Startup Service: <https://investforum.de/pitchday/>
- WIR! – Wandel durch Innovation in der Region: <https://www.innovation-strukturwandel.de/de/media-video-32488.html>
- RUBIN – Regionale unternehmerische Bündnisse für Innovation
- Univations – Gründerland Sachsen-Anhalt <https://univations.de/projekte/#gruenderland-sachsen-anhalt>

### Eigene Netzwerke

- Im KomZ können soziale Innovationen gemeldet werden (Website oder auf Veranstaltungen)
- Auf der Homepage des KomZ sind ebenfalls einige Netzwerke gelistet: <https://soziale-innovation.sachsen-anhalt.de/services-komz/netzwerk-gesucht/>

### Wettbewerbe

- Gründerkids – Förderung von Schülerfirmen in Sachsen-Anhalt <http://www.gruenderkids.de/>
- Kultur- und Kreativpiloten: <https://kultur-kreativpiloten.de/>
- Deutscher Multimediapreis: <https://www.mb21.de/>
- Hugo Junkers Preis für Forschung und Innovation in Sachsen-Anhalt: <https://www.hugo-junkers-preis.de/startseite>
- Digitale Erfolgsgeschichten aus Sachsen-Anhalt: <https://digitale-erfolgsgeschichten-sachsen-anhalt.de/>
- Deutscher Nachbarschaftspreis <https://www.nachbarschaftspreis.de/>
- Deutscher Zukunftspreis (Stifterverband): <https://www.stifterverband.org/deutscher-zukunftspreis>

### Social-Media-Kanäle

- Regelmäßige Sichtung des News-Feed auf Instagram

## **WIE SPRICHT MAN SIE AN UND WAS MUSS MAN BEACHTEN? - EINE IDEENAUSWAHL BERUHEND AUF DEN ERFAHRUNGEN DES KOMZ**

**Örtlich/räumlich:** Mittels Werbung im lokalen oder regionalen Umfeld kann auf die Gründungsberatung bzw. Angebote aufmerksam gemacht werden. Anlaufstellen sind immer nützlich. Diese müssen nicht im klassischen Stil verstanden werden. Auch eine verlassene Bushaltestelle im ländlichen Raum oder eine alte Telefonzelle kann, mit den richtigen Informationen ausgestattet, als Anlaufstelle dienen. Zudem können Foren etabliert werden um Raum zum Austausch zu bieten und neue (potentielle) Social Entrepreneurs „anzulocken“. Auch können Meetups oder Hackathons veranstaltet und so ein freies und offenes Denken gefördert werden.

**Medial:** Regionale Medien können bei der Vermittlung der Gründungsangebote helfen.

**Persönlich:** Eine individuelle Ansprache und persönliche Gesprächssituation ist bei diesem Personenkreis besonders wichtig. Vor allem der Einfluss von Freunden, Bekannten, Familie, aber auch der vorhandenen Netzwerke und Schnittstellen wie Kontakte zu anderen Social Entrepreneurs, zum Social Impact Lab oder Impact Hub ist groß und sollte bei der Ansprache einbezogen werden. Zudem können etablierte Social Entrepreneure oder Schlüsselakteure, die die „Sprache“ der Szene sprechen, genutzt werden um den Zugang herzustellen. Manchmal ist eine „Übersetzung“ zu notwendig (Dolmetscher).

**Lebenswelt/Lebenslauf:** Die Lebenserfahrung spielt eine bedeutende Rolle im Gründungsvorhaben. Es ist durchaus lohnenswert, Gruppen zu identifizieren, die auf gleiche Weise angesprochen werden können. Dabei spielt auch das Thema Scheitern und Neuanfang bzw. das voneinander lernen eine große Rolle. Hier gibt es beispielsweise Formate wie „Scheiter Heiter“ an die man sich anlehnen könnte.

**Berufs-, Branchen- und Fachkenntnisse:** Es bietet sich in einigen Fällen an, die Ansprache über einen thematischen Zugang zu vermitteln, zum Beispiel in der Kultur- und Kreativwirtschaft, der Gesundheitswirtschaft oder der Bildungsbranche etc. sowie in Nischenthemen (siehe hierzu auch Umfrage des Kompetenzzentrums Soziale Innovation Sachsen-Anhalt 2022).

**Hobbys und Talente:** Interessen verbinden und können als Idee in ein Gründungsprojekt münden. Typisch sind Sport- und Wellnessangebote, EDV-Kenntnisse, aber auch Modeaffinität (Nähen, Stricken, Schneidern). Ebenfalls können kreative Aktivitäten im Kultur- und Kreativbereich (Fotografie, Theater, Malerei usw.) Grundlage für einen Zugang bieten.