



BRANDENBURGER REGIONAL GESPRÄCH

Dr. Ralph Richter | Leibniz-Institut für Raumbezogene Sozialforschung

Sozialunternehmen als Förderer sozialer Innovationen in ländlichen Regionen?

Erste Erkenntnisse aus dem EU-Projekt RURINNO

Nicht nur in der Bundesrepublik, in ganz Europa sehen sich periphere ländliche Regionen multiplen Problemlagen gegenüber. Ihnen mangelt es an Fachkräften und jungen Menschen, sie sind vergleichsweise schlecht mit öffentlichen und privaten Dienstleistungen versorgt, sie bieten wenige Möglichkeiten für höhere Bildung und kulturelle Unterhaltung und ihre gewählten Vertreter haben geringen politischen Einfluss. In dieser Situation werden in Politik und Forschung Hoffnungen in Sozialunternehmen gesetzt, da diese innovative Lösungen für soziale Problemlagen entwickeln und vor allem dort aktiv werden, wo sich der Staat und der Markt zurückziehen. Als Sozialunternehmen gelten dabei – allgemein gesprochen – Organisationen, die soziale Ziele mit unternehmerischen Mitteln verwirklichen. Wir haben im EU-geförderten Forschungsprojekt RURINNO vertiefend am Beispiel von vier Sozialunternehmen in Mid-West Irland, Nord-Ost Polen, Oberösterreich und Zentralgriechenland untersucht, ob und wie ländliche Sozialunternehmen innovative Lösungen entwickeln und unter welchen Bedingungen diese zu sozialen Innovationen und Wandel in Landgemeinden beitragen.

Innovative Lösungen durch die Rekontextualisierung von Wissen und Ideen

Sozialunternehmen bringen innovative Lösungen durch die Rekontextualisierung von Ideen und Wissen auf das Land. Das griechische Sozialunternehmen Stevia Hellas entwickelt beispielsweise Verfahren zum Anbau der bis dahin in Europa nicht vorkommenden Zuckerpflanze Stevia und hilft so die Lebensgrundlage von kleinen Familienlandwirtschaften zu verbessern. Das österreichische Sozialunternehmen Otelo überträgt die Idee offener Technologiellabore aus städtischen Kontexten in Landgemeinden, schafft dort Freiräume zum Experimentieren und setzt auf diese Weise dem brain drain junger kreativer Menschen etwas entgegen. Die Fähigkeit zum Aufgreifen und Übertragen von Ideen verdanken Sozialunternehmen dem Zugang zu Netzwerken in anderen Orten und Kontexten und auf anderen (politischen) Ebenen. Sozialunternehmen mobilisieren so neben Ideen auch (politische) Unterstützung und finanzielle Ressourcen, um innovative Ideen in Landgemeinden etablieren zu können.



BRANDENBURGER REGIONAL GESPRÄCH

Sozialunternehmen verbessern die Einbindung von Landgemeinden in Netzwerke und Unterstützungsstrukturen

Die Fähigkeit, lokale Gruppen mit überregionalen Netzwerken und Institutionen zu vernetzen, macht Sozialunternehmen für Landgemeinden zu besonders wichtigen Akteuren. Ein Problem vieler Gemeinden besteht in der vergleichsweise schlechten Anbindung nicht nur hinsichtlich Verkehrsinfrastruktur und Breitbandausbau, sondern auch im Hinblick auf neue Trends, Wissen und Kontakte. Sozialunternehmen können in ihren nichthierarchischen Netzwerken Kontakte, Wissen und Ressourcen einfacher mobilisieren als es politischen Entscheidungsträgern in Landgemeinden – in der Regel auf der untersten Ebene im politischen Mehrebenensystem angesiedelt – möglich ist. Ein Beispiel ist das polnische Sozialunternehmen NIDA. Dessen Gründer war Anfang der 1990er Jahre Bürgermeister der 14.000 Einwohner Stadt Nidzica. Wegen der geringen Gestaltungsspielräume gab er den Posten nach vier Jahren ab und hat seitdem als Sozialunternehmer großen Anteil an der Entwicklung der Region. Unter anderem gründete er eine Stiftung, die Stipendien für Schüler aus benachteiligten sozialen Verhältnissen vergibt und baute ein Museumsdorf auf, das sich in der landwirtschaftlich geprägten Region zu einem touristischen Anziehungspunkt entwickelte und Arbeitsplätze für Menschen mit geringen Beschäftigungschancen schafft.

Die lokale Einbettung von Sozialunternehmen ermöglicht die Förderung sozialer Innovationen

Damit innovative Ideen nachhaltig zur Verbesserung der Lebensbedingungen beitragen können, müssen diese von der lokalen Bevölkerung auch angenommen werden. Wenn innovative Lösungen Denk- und Verhaltensweisen verändern, werden sie zu sozialen Innovationen. Die untersuchten Sozialunternehmer sind entweder persönlich in den Gemeinden integriert oder sie verfügen über lokale „Botschafter“. Die persönlichen Kontakte schaffen Vertrauen und Glaubwürdigkeit. Diese sind nötig, damit die lokale Bevölkerung das innovative Projekt annimmt und der innovative Impuls zu einer sozialen Innovation werden kann. Auch dazu ein Beispiel: Das irische Sozialunternehmen Ballyhoura Development hat seit 29 Jahren seinen Sitz im Landstädtchen Kilfinane und ist dort über seine Mitarbeiter/innen gut integriert. Das Unternehmen überzeugte die lokale Bevölkerung von der Idee, eine leerstehende Kirche in Kilfinane zu einem Musikclub für Rock- und Popkonzerte umzunutzen. Nicht nur die lokale Bevölkerung ist heute dankbar für ein bis dahin fehlendes Kulturangebot (und akzeptiert den nächtlichen Geräuschpegel), auch aus den Großstädten Cork und Limerick reisen Konzertbe-



BRANDENBURGER REGIONAL GESPRÄCH

suchen an und bringen die Region auf die mentale Landkarte junger Leute zurück. Der Umbau der Kirche wäre ohne freiwillige Hilfe kaum möglich gewesen. Das verweist auf eine hohe Bereitschaft zu freiwilligem Engagement und gegenseitiger Unterstützung als eine besondere Ressource in Landgemeinden.

Sozialunternehmen als innovative Akteure für Landgemeinden in Brandenburg?

Ländliche Regionen der Bundesrepublik und Brandenburgs weisen ähnliche, wenn nicht sogar größere Problemlagen auf wie ländliche Räume anderer EU-Länder. Mit ihren Fähigkeiten zur Entwicklung innovativer Lösungen sowie zur Mobilisierung von Wissen, Ideen, Unterstützung und Ressourcen können Sozialunternehmen gerade in peripheren Kommunen eine viel größere Rolle spielen als sie es heute tun. Tätigkeitsfelder sind etwa die Nahversorgung, erneuerbare Energien, nachhaltige Landwirtschaft, Freizeit und Tourismus, die Umnutzung nicht genutzter Flächen und Gebäude, Betreuung junger und älterer Menschen sowie Bildung und Erziehung. Dafür bedarf es jedoch der Überwindung verschiedener Hürden, welche die Verbreitung neuerer sozialunternehmerischer Ansätze bis heute stark einschränken. Erstens ist der Marktzugang für neue Sozialunternehmen schwierig, da die etablierten Wohlfahrtsverbände vom sozialen Sicherungssystem bezahlte Leistungen wie Pflege und Betreuung sowie Arbeitsmarktintegration gut abdecken. Hinzu kommt, dass lokale Entscheidungsträger und etablierte Sozialverbände wenig Interesse an Kooperationen mit neuen Sozialunternehmen zeigen. Zur Bewältigung von Problemen wird eher nach Mehr von dem Bekannten als nach neuen Wegen gefragt. Zweitens behindern rechtliche und fiskalische Rahmenbedingungen die Etablierung dieses neuen Organisations- und Lösungsmodells. Gemeinnützige GmbHs leben in ständiger Unsicherheit, ihren Status wieder zu verlieren. Die steuerlichen Vorteile wiegen die zusätzlichen Dokumentationspflichten, die über jene kommerzieller Unternehmen hinausgehen, kaum auf. Drittens leiden neue Sozialunternehmen in der Bundesrepublik unter einem schlechten Zugang zu Finanzquellen und sozialen Investoren. Chronische Unterfinanzierung und nur kurzfristige Projektförderungen erschweren die Entwicklung eines nachhaltigen Geschäftsmodells. Ein Lösungsweg können Förderrichtlinien für soziale Innovationen in benachteiligten Regionen und Stadtquartieren sein, welche die soziale Innovationskraft neuer Sozialunternehmen und ihre Impulse für sozialen Wandel belohnt.

Weitere Informationen:

Leibniz-Institut für Raumbezogene Sozialforschung

Dr. Ralph Richter, Forschungsabteilung „Kommunikations- und Wissensdynamiken im Raum“

Email: ralph.richter@leibniz-irs.de, Tel. 03362-793215; www.rural-innovations.net

