

Dokumentation der 5. „DenkerInnenrunde“ am 2.2.2017

1. Organisatorisches und Publikationen

Kommende Sitzung:

30. März 2017: „Industrie vs. Dienstleistung: Was sind die Voraussetzungen für das spezifisch deutsche Produktionsmodell und was muss Politik dazu beitragen?“

Publikationen – Idee, Aufgaben & Konkretisierungen:

- Thematisches Raster: Fragestellungen der DenkerInnenrunde
- Veröffentlichung im Verlag Bertelsmann Stiftung: ISBN, VLB
- Essayreihe: 5 Bände à 60-120 Seiten (1'600 pro Seite), kleines Format, Schuber?
 - **Länge:** zwischen 20.000 und 40.000 Zeichen
 - **Stil:** Klare Argumentation, essayistisch gehalten, wenige Fußnoten und Grafiken
 - **Inhalt:** sehr eng an dem von Dir gehaltenen Vortrag mit Darstellung von 2-3 konkreten (politischen) Maßnahmen, die aus Deiner Sicht die beschriebenen Probleme/Herausforderungen angehen und einen Mehrwert für die Soziale Marktwirtschaft bieten
 - **Zielgruppe:** Politisch und polit-ökonomisch Interessiertes Publikum, aber nicht nur Fachleute
- Formatvorgaben: Word, Autorenanweisungen, Marginalien, wenige Graphiken und Fußnoten
- Online-Angebot gewünscht
- Offene Fragen: Titel, Präsentation/Veranstaltung (Zeitpunkt klären)

Band	Titel	AutorInnen	Deadline
1	Individualisierung vs. öffentliche Kooperation (öffentliche Räume)	Peter Siller, Sabine Meier, Katharina Zweig	13.3.2017
2	Investitionen gegen die neue Ungleichheit I	Nils Goldschmidt, Matthias Schäfer, Ute Fischer, Alexander Künzel	3.4.2017
3	Investitionen gegen die neue Ungleichheit II	Thomas Falkner, Ferdinand Fichtner, Timm Bönke	24.4.2017
4	Leistung vs. Erfolg (Unternehmertum)	Christopher Gohl, Armando García Schmidt, Markus Sauerhammer, Nihat Sorgec	15.5.2017
5	Industrie vs. Dienstleistung (deutsches Produktionsmodell)	Wolfgang Schroeder, Werner Abelshausen, Alexander Eickelpasch	6.6.2017

2. Impulsvorträge

Christopher Gohl: Leistung vs. Erfolg: Welches Unternehmertum und welche Arbeitnehmerschaft braucht die Soziale Marktwirtschaft?

Rahmentext: „Marktwirtschaft wird nicht erst dann sozial oder ökologisch gerecht, wenn der Staat eingreift. Denn entgegen populärer Vorstellungen und schlechter Beispiele des rein profitmaximierenden Wettbewerbs ist vielen Unternehmern und Unternehmen die Verantwortung für Mitwelt, Umwelt und Nachwelt nicht nur lästige Pflicht, sondern treibende Kraft. Viele soziale, ökologische, kulturelle und pädagogische Leistungen der Marktwirtschaft kommen vom „mighty Mittelstand“, einem deutschen Erfolgsmodell, das international Beachtung findet. Dazu kommen die Lernprozesse, die Unternehmen im Bereich Corporate Philanthropy, Compliance und CSR durchlaufen, oder die innovativen Geschäftsmodelle von Social Businesses oder Social Entrepreneurs. Auch Beispiele der Migrantenökonomie zeigen: Gewissen, Gemeinschaft und Gewinn passen vielfach schon heute gut zusammen. Diese Wirklichkeit beweist die Möglichkeit für alle Unternehmen, sich an gesellschaftlicher Problemlösung und Mehrwertschöpfung umfassend zu beteiligen.“

- Gängige Haltung: Ethik komme erst durch externe Regulierung in die Wirtschaft/in Unternehmen
- Beispiele für unternehmerische Ethik:
 - Compliance als internes Kontrollsystem für Legalität
 - Philantropie in Form von Mäzenatentum
 - Corporate Social Responsibility legt ökonomische, ökologische und soziale Nachhaltigkeit im Unternehmen fest → „Ethik ist das neue Grün“
 - Social Business als unternehmerische Treiber gesellschaftlicher Verantwortung
 - Social Entrepreneurs sind Ausdruck von unternehmerischem Geist zur Lösung gesellschaftlicher Probleme, Profit nur Mittel zur Problemlösung → Impact durch skalierbare Lösungen
- Shareholder-Perspektive (traditionell): Unternehmen sind der Profitmaximierung für die Anteilseigner verpflichtet
- Stakeholder-Perspektive: Unternehmen sind der Mehrwertschöpfung für alle betroffenen Stakeholder verpflichtet (Banken, Kunden, Mitarbeitern, Region, Zivilgesellschaft etc.)
 - Stakeholder als Partner einer auf ein geteiltes Problem / Anliegen bezogenen Interaktion, nämlich der Wertschöpfung
 - Wirtschaften heißt, mit Menschen für Menschen Mehrwert zu schaffen
- Ein Unternehmen zu führen heißt hier, einen sozialen Prozess zu organisieren
- Sozialpartnerschaft als Miteinander von Arbeitnehmern und Arbeitgebern
- Unternehmerische Verantwortung ist demnach Ausdruck qualitativer Freiheit
 - Stakeholder-Dialog als „doing good together“
- Humanistic management: from costs to benefits
- Soziale, ökologische, kulturelle, pädagogische und integrative Leistungen des „Mighty Mittelstand“:
 - 3,65 Millionen kleinen und mittelgroßen Unternehmen im Lande
 - 60 Prozent der sozialversicherungspflichtigen Arbeitsplätze
 - vier von fünf Auszubildende in Deutschland

Armando García Schmidt: Migrantenunternehmen...

- Wachstum sollte noch einen zusätzlichen Mehrwert schaffen
- Wir beobachten gerade in einer immer heterogener werdenden Gesellschaft große Ungleichheitsdynamiken
- Bertelsmann Stiftung hat zwei zentrale Studien zu diesem Thema veröffentlicht:
 - „Migrantenunternehmen in Deutschland zwischen 2005 und 2014“
 - „Neue Gründer hat das Land!“
- Zunehmende Diversifizierung der Branchen, in denen Migrantenunternehmen agieren
- Gesamtdeutsche Gründungsdynamik: Halbierung der Gründungen zwischen 2003 – 2015
- Mittlerweile gibt es 1,3 Millionen abhängig Beschäftigte von migrantischen Unternehmen
 - Wachstum um 36%
- Der Anteil an allen KMU-Beschäftigten von migrantischen Unternehmen macht 18% aus
- Dabei arbeitet jedes vierte Migrantenunternehmen in wissensbasierten Bereich
- Viele Migrantenunternehmen sind dabei außenwirtschaftlich tätig
- Auch sozialräumliche Dimension: Migranten eröffnen ihr Unternehmen oftmals in Lagen, in denen viele deutsche Unternehmer nicht (mehr) tätig sind
- Migrantische Unternehmen arbeiten interkulturell durch hybride Identität
 - Stehen für Brücken innerhalb der Gesellschaft

Markus Sauerhammer: Praktische und politische Rahmenbedingungen für „Social Entrepreneurship“ in Deutschland

- Wir organisieren unseren gesellschaftlichen Wandel wie vor 100 Jahren, abgekoppelt von der Digitalisierung
 - Social Entrepreneurship (SE) bietet hierfür einen völlig neuen Ansatz
- SE und besonders auch Crowdfunding für entsprechende Initiativen sind zwei Instrumente, um Unternehmen und Menschen gleichermaßen bei dieser Entwicklung mitzunehmen
- Genossenschaften und Krankenkassen waren wichtige Innovationen für die Soziale Marktwirtschaft in der Vergangenheit
 - Mit dieser Art von Innovationen tun wir uns heute sehr schwer
- Bisher gibt es für SE keine gemeinsame Interessenvertretung
- Finanzierung von SE:
 - In anderen Ländern gibt es z.T. eigene Förderprogramme und Rechtsformen
 - KfW hatte mal ein Programm aufgelegt, was aber mangels Einbindung von der relevanten Branche nicht gut angenommen wurde
 - Private Förderprogramme (z.B. von Banken) sind immer renditeorientiert
- Idee: bestehende Programme ausweiten
 - Z.B. Gründungsstipendien für Hochschulabsolventen (u.a. EXIST)
- SE werde explizit gegründet, um soziale Probleme zu lösen
 - Man muss folglich auch für stärkere Sichtbarkeit sorgen
- Wichtige Punkte, um die Branche voranzubringen: Es gibt keine expliziten Förderprogramme,
- Einstiegshürden:
 - Studie zeigt: Bei Gründungsbedingungen liegt Deutschland auf dem 15. Platz, mit Blick auf staatl. Unterstützung nur auf Platz 34
- Im Koalitionsvertrag ist eine „Gründungszeit“ analog zur Elternzeit enthalten → nichts passiert
- Finanzierung und Sichtbarkeit von jungen soz. Unternehmer muss gefördert werden

- „German Angst“ als feststehender Begriff in der (internationalen) Unternehmerszene
- Gründerzuschuss bekommt man nach Umwandlung in Ermessensleistung nur, wenn man am Arbeitsmarkt nicht vermittelbar ist
- In der jungen Branche darf man keine zu großen Gewinnerwartungen haben
- Vorschläge:
 - Spezielle Stipendienprogramme für Führungskräfte aus Privatwirtschaft, um Talente in die SE Branche zu holen
 - FSJ sollte auch bei einem SE möglich sein

Nihat Sorgec: Rolle und Relevanz von migrantischem (Sozial)Unternehmertum

- Ausmaß der Integration entscheidet darüber, ob man sich als türkischstämmiger Deutscher fühlt oder nach wie vor türkisch
- Man muss sich selbst aktiv als Teil der Gesellschaft begreifen, auch als Unternehmer, der hier tätig ist
- Früher wurde man selbstständig, wenn man auf dem Arbeitsmarkt wenige Chancen hatte
 - Hohe Scheiterquote muss verringert werden, aber wie verträgt sich das mit der oft geforderten „Kultur des Scheiterns“?
- Unternehmer stehen vor Herausforderungen:
 - Menschen bei der Integration (durch Arbeit, aber auch sozial und kulturell) zu helfen
- Das duale Ausbildungssystem war für viele migrantische Unternehmern lang eine Art Black Box
- Wandel: Die Zahl von Ausbildungsunternehmen sinkt, während der Anteil migrantischer Ausbildungsunternehmen steigt
- Wir müssen das „Gefühl des Ankommens“ in unserer Gesellschaft verbessern
 - Menschen müssen das Gefühl haben, ein Teil dieser Gesellschaft und willkommen zu sein → resultiert in sozialem Verantwortungsgefühl
- Aktuelle Lage: 700000 migrantische Unternehmer, die bis zu 2,5 Mio Arbeitsplätze schaffen
- Durch die politischen Ereignisse der letzten zwei Jahre ist die Integrationsleistung in Deutschland jedoch um einige Jahre zurückgeworfen worden

3. Zusammenfassung und Gliederung der Diskussion:

Strukturen für soziales Unternehmertum:

- Gemeinnützigkeitsrecht Problem für viele SE
 - Mentalität von „Soziale Leistung darf sich nicht lohnen dürfen“
- Große Sozialverbände sehen junge Branche mitunter als Konkurrenz
 - Bisher gibt es hier wenig institutionalisierten Kontakt zwischen Verbänden und SE
- Einführung des Mindestlohns hat viele Startups in einer frühen Phase enorm herausgefordert
- In Deutschland ist betriebliche Mitbestimmung hohes Gut der Sozialen Marktwirtschaft, Startups sind nicht immer für gute Arbeitsbedingungen bekannt
 - Aber viele arbeitnehmerfreundliche Elemente: flexible Arbeitszeiten, Job-Sharing, Werteorientierung ausgeprägt
 - Gemeinwohlökonomie: Social Reporting Standard gilt auch für SE

Investitionen in Social Entrepreneurship:

- Die Suche nach nachhaltiger Finanzierung für SE ist Kernherausforderungen für die Branche

- Nachfrage nach Leistung da, nur Gelder nicht
- Mitunter Konkurrenz um staatliche Zuwendungen im Sozialbereich
- Häufige Meinung, dass Finanzierung von SE Fall für Venture Capital sei
 - Hat aber nichts mit dem Gedanken von gesellschaftlichem Zusammenhalt zu tun
- Gelder verwenden und Herausforderungen kreieren, die Politik dann lösen soll, kann auf Dauer nicht funktionieren
 - Nachhaltigkeit von SE vs. exit option
- Crowdfunding: Staat miteinbeziehen
 - Direkte staatl. Investitionen denkbar → PPP der anderen Form, jenseits von Rendite
 - Fonds auflegen, der anteilmäßig in Crowdfunding investiert: demokratische Entscheidung über Verwendung der Gelder
 - Idee eines Crowdfunding-Wettbewerbs: Problemstellung und Wettbewerb um Problemlösung für Fördergelder
- Social Impact Bonds übertragen Effizienzdenken auf die Branche („Wette auf Erfolg“)

Vielfältiges Unternehmertum in der Sozialen Marktwirtschaft:

- Kommunikativ sollte SE eng in den Gesamtkontext der Sozialen Marktwirtschaft gesetzt werden
 - Keine Kopie von USA oder UK, sondern eigene Rolle für SE in Deutschland
- Social Entrepreneurs sind mittlerweile eigentlich ein neuer Typus des Unternehmens anstatt eines Unternehmers
 - Selbstverständnis als Problemlöser, die Wirkung steht im Vordergrund
 - Weg von Individualperspektive des Unternehmers, hin zum Kollektivansatz der Problemlösung, also des Unternehmens
- SE sind pragmatische Alternative für Menschen, die früher oftmals in NGOs gegangen sind
- Neue Qualität: Innovation als Typus
 - Auch Arbeitsweise innovativ: viel Design Thinking etc.
- Gründungswille in 2. Generation weniger ausgeprägt als in 1. Generation von Zuwanderern
 - Wirft schlechtes Licht auf in Schulen vermitteltes Unternehmerbild
- Interessenvertretung von migrantischem Unternehmertum noch nicht professionalisiert
 - Defizitäre Strukturen, man bleibt oftmals unter sich

Austausch und Netzwerke:

- Zentrale Aufgabe muss es sein, SE mit Startups und dem Mittelstand zusammenzubringen und Synergien zu erzeugen
- Inkubationsprogramme: Social Impact Labs, Impact Hubs etc. sind Orte, an denen sich entsprechende SE vernetzen und sich austauschen → davon bräuchte man mehr
- Migranten sollen oft gezielt an migrantische Unternehmen vermittelt werden, dabei sollte es genau anders herum sein
 - Es braucht mehr deutsche Azubis in migrantischen Unternehmen und umgekehrt
- Ohne Pflichtmitgliedschaft wären so gut wie kein Migrant IHK-Mitglied
- Besonders Kammern sollten in Deutschland mit gutem Beispiel voran gehen und in ihren eigenen Strukturen den migrantischen Mitarbeiter erhöhen
- Bessere Schulungen für (migrantische) Gründer notwendig: Marktanalysen, Businesspläne, vielleicht sogar enge Begleitung der jungen Unternehmen in den ersten zwei Jahren durch Gründungsberater