

Empfehlung des Rates für Forschung und Technologieentwicklung zu Social Business in Österreich

Hintergrund

Aufgrund der internationalen Entwicklungen in den Bereichen Soziale Innovationen, Social Entrepreneurship und Social Business hat der Rat für Forschung und Technologieentwicklung gemeinsam mit dem Bundesministerium für Arbeit, Soziales und Konsumentenschutz und der Austria Wirtschaftsservice die Wirtschaftsuniversität Wien mit einer Erhebung des Potentials für Social Businesses in Österreich beauftragt.

Unter Social Businesses werden Organisationen verstanden, deren Hauptziel in einer positiven gesellschaftlichen Wirkung liegt und die mindestens 50% ihrer Einkünfte über den Markt durch den Verkauf von Gütern und Dienstleistungen und nicht durch Spenden oder Subventionen erwirtschaften. Social Businesses sind weiters dadurch gekennzeichnet, dass Kernstakeholder, wie z.B. MitarbeiterInnen, an positiven Wirkungen teilhaben und eine begrenzte Gewinnausschüttung vorherrscht, da die Gewinne vorrangig für das gesellschaftliche Ziel verwendet werden. Die letzten beiden Aspekte sind als Soll-Kriterien anzuerkennen. Schätzungen zufolge gibt es in Österreich etwa 1.200 - 2.000 Social Businesses. Bis 2025 wird ein Anstieg auf 1.300 - 8.000 Unternehmen erwartet.

Das Social Business ist ein sehr junger Sektor, der die österreichische Zivilgesellschaft bei der Lösung einer Bandbreite von dringenden Problemen massiv erweitern und unterstützen kann. Es besteht ein großes Entfaltungspotential, aber bereits jetzt leistet der Sektor relevante Beiträge zu Wertschöpfung und Beschäftigung. Das Ökosystem für Social Businesses befindet sich erst im Aufbau. Zugleich steigt aber die Nachfrage nach sozial und nachhaltig produzierten Gütern und Dienstleistungen.

Aktuell gibt es in Österreich keine zweckgewidmete Unterstützung von Social Businesses der öffentlichen Hand auf finanzieller, intellektueller (Know-how) oder rechtlicher Ebene. Aktuell erscheinen die Möglichkeiten für hybride Organisationen zwischen klassischen NPOs und gewinnorientierten Unternehmen begrenzt und sind mit großem organisatorischem Aufwand verbunden. Hier sind entsprechende Rahmenbedingungen zu schaffen.

Empfehlungen

Vor diesem Hintergrund empfiehlt der Rat für Forschung und Technologieentwicklung:

1. Die rechtlichen Rahmenbedingungen für Social Businesses anzupassen

Der Rat empfiehlt, für Social Business-Unternehmen in Österreich eine eigene Rechtsform zu etablieren, mit dem Ziel, Rechtssicherheit für Social Entrepreneurs, potentielle InvestorInnen, AuftraggeberInnen und KundInnen zu schaffen.

Der Rat empfiehlt weiters, das Gemeinnützigkeitsrecht so anzupassen, dass Stiftungen direkt in Social Business-Unternehmen investieren können. Gemeinnützige Stiftungen sind derzeit stark eingeschränkt, wenn sie Finanzierungen für Social Businesses bereitstellen wollen. Deshalb sollen Investitionen von Stiftungen in Social Businesses steuerbegünstigt werden. Das soll auch für Privatinvestoren gelten. Damit wird nachhaltig privates Kapital für die Lösung von gesellschaftlichen Herausforderungen mobilisiert.

Die Schaffung einer eigenen Rechtsform, die Anpassung des Gemeinnützigkeitsrechts sowie die Einführung einer Steuerbegünstigung von privaten Investitionen sollen so schnell als möglich, spätestens aber bis 2017 umgesetzt werden.

2. Öffentliche Förderungen für Social Businesses bereit zu stellen

Des Weiteren benötigen Social Business-Startups und Inkubatoren monetäre Unterstützungen, um das Gründungsgeschehen in diesem Bereich zu fördern.

Der Rat empfiehlt daher, Maßnahmen zur Unterstützung von innovativen Social Business-Startups einzurichten. Konkret sollen in einer ersten Phase in den Jahren 2016 und 2017 je 15 Social Business-Gründungen mit je bis zu 150.000 € gefördert werden. Diese Förderung soll im Rahmen von Inkubationsprogrammen umgesetzt werden.

3. Die Wirkungsmessung von Social Businesses zu verbessern

Privaten UnterstützerInnen, gemeinnützigen Organisationen, Social Entrepreneurs und Social Business-Unternehmen fehlt in Österreich ein einheitlicher Berichtsrahmen, der eine nachvollziehbare Berichterstattung über Erfolge und gesellschaftliche Wirkungen ermöglicht.

Der Rat empfiehlt daher, die Nutzung einheitlicher Berichtlegungsstandards zur Wirkungsmessung von Social Business-Aktivitäten. Die in der Folge verbesserte öffentliche Wahrnehmung und Medienpräsenz des Sektors unterstützt wiederum private Investitionen, z.B. durch Sponsoring. Der Social Reporting Standard in Deutschland (www.social-reporting-standard.de) kann hier als Beispiel herangezogen werden. Konkret empfiehlt der Rat die Etablierung eines schlanken und für alle Unternehmensphasen adäquaten Monitoring-Instruments.