

ROTE SEITEN:
WIE STIFTUNGEN VOM
WEB 2.0 PROFITIEREN

& Stiftung Sponsoring

Ausgabe 4|2013

Das Magazin für Nonprofit-
Management und -Marketing



www.stiftung-sponsoring.de

**IN ZUKUNFT ONLINE:
DAS INTERNET VERÄNDERT
DEN SEKTOR**

GESPRÄCH

Betterplace-Gründerin Joana Breidenbach zur Idee des Sozialunternehmertums und zur Schöpfung digitalen Potenzials für den Dritten Sektor

AKTUELLES

Zehn Jahre Malteser Stiftung: Wie die Dachstiftung und ihre Treuhandstiftungen das Stiftungsvermögen hundertfach vermehren konnten

SCHWERPUNKT

Ob Crowdfunding, Affiliate Marketing, webbasierte Software: Digitale Optionen bereichern vermehrt die Stiftungsarbeit und -kommunikation

SOZIALE INNOVATOREN – WO BLEIBEN DIE STIFTUNGEN?

Eine Untersuchung auf kommunaler Ebene

von Danielle Gluns und Annette Zimmer, Münster

Soziale Innovationen und soziales Unternehmertum sind aktuell in aller Munde: Die Europäische Kommission hat eine „Initiative für soziales Unternehmertum“ entwickelt, die Bundesregierung möchte gemäß ihrer Engagementstrategie soziale Innovationen und soziales Unternehmertum fördern und auch Stiftungen verstehen sich selbst als „Innovationsschmieden“.

Soziale Innovationen wollen eine Antwort auf die Herausforderungen der Zeit geben, indem sie u.a. Selbsthilfepotenziale aktivieren und verschiedene Akteure effizient vernetzen. Dadurch können sie den gesellschaftlichen Zusammenhalt fördern und wohlfahrtssteigernd wirken. Welche Rolle können Stiftungen hierbei spielen? Nehmen sie diese Rolle bereits wahr? Diesen Fragen geht das Projekt „Welfare innovations at the local level in favour of cohesion“ (WILCO) an der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster nach.

SOZIALE INNOVATION – WAS IST DAS?

Auch wenn es verschiedene Definitionen sozialer Innovationen gibt und ihre Abgrenzung bislang nicht eindeutig bestimmt ist, werden sie grundsätzlich verstanden als neue Wege, Ziele zu erreichen und soziale Probleme zu lösen bzw. soziale Bedarfe zu decken. Dementsprechend sind Neuartigkeit und soziale Zielgerichtetheit Elemente der Begriffsdefinition sozialer Innovation. Hinzu kommt in vielen Ansätzen die Notwendigkeit der Diffusion bzw. Verbreitung. So wird erst von einer sozialen Innovation gesprochen, wenn eine Neuerung ein bestimmtes Ausmaß und damit eine gewisse potenzielle Wirkkraft erreicht hat.

Der Begriff ist zudem eng verbunden, aber keinesfalls deckungsgleich mit dem des sozialen Unternehmertums bzw. social entrepreneurship. Dieser Forschungszweig beschäftigt sich mit dem Teilbereich sozialer Innovationen, die durch unternehmerisches Handeln umgesetzt werden und sich an der Schnittstelle zwischen privatwirtschaftlichem und Nonprofit-Sektor bewegen.

DAS WILCO-Projekt

Trotz des großen öffentlichen und wissenschaftlichen Interesses für soziale Innovation und soziales Unternehmertum ist bislang noch zu wenig über ihre Einbettung in und ihre Wechselwirkungen mit historisch gewachsenen lokalen Wohlfahrtssystemen bekannt. Diesem Teilbereich der Innovationsforschung widmet sich das Projekt WILCO, das durch das 7. Forschungsrahmenprogramm der Europäischen Union gefördert wird. Durch eine international vergleichende

de Forschungsperspektive auf 20 mittlere und große Städte in zehn europäischen Staaten wird die Wirkung verschiedener Kontextfaktoren auf soziale Innovationen ermittelt. Exemplarisch wurden 79 Innovationen aus den Bereichen Arbeitsmarkt, Kinderbetreuung und Wohnungsversorgung ausgewählt, deren Entstehung und Wirkungsweise genauer untersucht werden. Ein Großteil dieser Innovationen versucht, durch neue Dienstleistungen und die Vernetzung bestehender Angebote sozialen Zusammenhalt zu fördern.

WER SIND SOZIALE INNOVATOREN?

Soziale Innovationen können prinzipiell von Akteuren aus allen gesellschaftlichen Sektoren, d.h. Privatwirtschaft, Staat und Dritter Sektor, angeregt, umgesetzt und unterstützt werden. Die Beispiele des WILCO-Projekts deuten jedoch darauf hin, dass ein Großteil der Neuerungen von Nonprofit-Organisationen stammt und diese teilweise eng mit öffentlichen Institutionen und Programmen verknüpft sind. Die konkrete Rolle der beteiligten Personen und Organisationen als Initiator, Geldgeber oder Implementierer der Innovation und die jeweiligen Beziehungen zwischen ihnen variieren dabei erheblich. Dennoch wird die hohe Bedeutung öffentlicher (Anschub-) Finanzierung, insbesondere der europäischen Ebene, aber auch durch staatliche oder kommunale Programme, deutlich.

Im Rahmen der Recherchen wurden Stiftungen hingegen kaum als Urheber und nur selten als Förderer sozialer Innovationen identifiziert. In einigen der untersuchten Städte vor allem in Deutschland, Großbritannien, Kroatien und der Schweiz traten Stiftungen bei keiner der Innovationen als aktive Mitstreiter in Erscheinung. Finanzielle Unterstützung bieten aber z.B. die Fondazione Cariplo für die gesellschaftliche Inklusion ausgegrenzter Personengruppen in Mailand oder die Accor Foundation für den Aufbau von Mütterkooperativen in Warschau. Teilweise werden Projekte von verschiedenen Stiftungen gemeinsam unterstützt, oftmals ergänzt durch öffentliche Finanzierung oder auch private Geldgeber. Derartig vielfältige Finanzquellen erhalten z.B. die Casas Amigas, ein Kindertagesbetreuungsprojekt in Pamplona, oder das generationenverbindende Wohnprojekt „Un temps pour toiT“ in Nantes.

In anderen Städten wurden Innovationen in der rechtlichen Form einer Stiftung (die spezifische steuerliche Vorteile bietet) umgesetzt, die für diesen Zweck neu gegründet wurde. Beispiele hierfür sind die Fondazione Welfare Ambrosiano, die durch Übergangshilfen Lücken des Wohlfahrtssystems in Mailand überbrückt, oder die MaMa Foundation in Warschau, die die Teilhabe von Müttern am öffentlichen Leben zu verbessern sucht.

Ein Engagement etablierter Stiftungen als Initiatoren sozialer Innovationen oder als soziale Unternehmer wurde kaum beobachtet. Eine Ausnahme stellt Fryshuset dar, eine Stiftung des YMCA in Stockholm, die dort bereits seit vielen Jahren verschiedene (Bildungs-)Programme umsetzt.

UNGENUTZTE POTENZIALE

Gerade etablierte, gut vernetzte, überregionale Stiftungen könnten aber durchaus einen Ansatzpunkt bieten, um Innovationen aus einem lokalen Kontext in einen anderen zu übertragen, anstatt das Rad immer wieder neu zu erfinden. Diese Frage des „Scaling-up“ sozialer Innovationen liegt im Kerninteresse staatlicher und supranationaler Akteure wie der EU, da eine Verbreitung erfolgreicher Innovationen das Selbsthilfepotenzial der Gesellschaft stärken und öffentliche Stellen entlasten könnte. Durch ihre häufig lange Bestandsdauer könnten Stiftungen zudem helfen, die finanzielle und personelle Nachhaltigkeit der Innovationen zu fördern.

KURZ & KNAPP

Obleich das WILCO-Projekt nur einen Ausschnitt der vielfältigen Landschaft sozialer Innovationen in Europa betrachten kann, liefert es Hinweise darauf, dass Stiftungen bislang nur selten als soziale Innovatoren auftreten. Die Forschung zum Dritten Sektor und zu sozialen Innovationen legt jedoch ein deutlich größeres Innovationspotenzial der Stiftungen nahe, was auch ihrem Selbstverständnis zu entsprechen scheint. Sowohl im fördernden als auch im operativen Bereich bestehen ungenutzte Möglichkeiten, soziale Innovationen und soziales Unternehmertum durch Stiftungsbeteiligung voranzubringen. Um sozialen Problemlagen besser als bisher begegnen zu können, ist daher zu hoffen, dass sich auch etablierte Stiftungen in Zukunft stärker im Feld sozialer Innovation und sozialen Unternehmertums engagieren. Dies läge

auch im Interesse der Stiftungen, da Innovationsfähigkeit einen immer wichtigeren Bestandteil einer flexiblen und zukunftsfähigen Zivilgesellschaft im Kontext sich ständig verändernder wirtschaftlicher, politischer und sozialer Rahmenbedingungen ausmacht. ■

ZUM THEMA

bepa [Bureau of European Policy Advisors, European Commission]: Empowering people, driving change. Social Innovation in the European Union, 2010

Bundesregierung: Nationale Engagementstrategie, 2010

Dacin, Peter A. / **Dacin**, M. Tina / **Matear**, Margaret: Social Entrepreneurship: Why We Don't Need a New Theory and How We Move Forward From Here, in: Academy of Management Perspectives 24/2010, S. 37-57

Gerometta, Julia / **Häussermann**, Hartmut / **Longo**, Giulia: Social Innovation and Civil Society in Urban Governance: Strategies for an Inclusive City, in: Urban Studies 2005, S. 2007-2021

Kesselring, Alexander / **Leitner**, Michaela: Soziale Innovation in Unternehmen, 2008

Phills, James A. / **Deiglmeier**, Kriss / **Miller**, Dale T.: Rediscovering Social Innovation, in: Stanford Social Innovation Review 6/2008, S. 34-43

Zapf, Wolfgang: Über soziale Innovationen, in: Soziale Welt 1989, S. 170-183

in Stiftung&Sponsoring

Lorentz, Bernhard / **Streiter**, Felix: Auf der Suche nach dem Sozialunternehmertum. Social Entrepreneurship unter der wissenschaftlichen Lupe, S&S 2/2012, S. 28-29

Danielle Gluns ist Wissenschaftliche Mitarbeiterin im Projekt WILCO an der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster, d.gluns@uni-muenster.de; Prof. Dr. Annette Zimmer lehrt „Deutsche und Europäische Sozialpolitik und Vergleichende Politikwissenschaft“ an der Wilhelms-Universität Münster, leitet das Projekt WILCO und ist Autorin zahlreicher Publikationen zu Fragen des Managements und der Governance von Organisationen des Dritten Sektors sowie ihrer politikfeldspezifischen Einbettung, zimmean@uni-muenster.de, www.uni-muenster.de



Anzeige



EVANGELISCHES SCHULZENTRUM LEIPZIG

Grundschule, Mittelschule und Gymnasium in kirchlicher Trägerschaft des Evangelisch-Lutherischen Kirchenbezirkes Leipzig – staatlich anerkannt –

WIR SUCHEN EINE(N)

Fundraiserin / Fundraiser

WIR BIETEN

- die Mitarbeit in einem engagierten Kollegium einer erfolgreichen Schule in freier Trägerschaft mit mehr als 1.100 Schülerinnen und Schülern und über 120 Mitarbeitern
- Basis-Stellenanteil 50%, Möglichkeit der Aufstockung des Stellenanteils abhängig vom Arbeitsvolumen
- ab 1.10.2013 möglich, Vergütung nach KDVO (bei Erfüllung aller Voraussetzungen EG 13)
- eine wichtige, interessante Tätigkeit mit Gestaltungsfreiraum und lohnenden Zielen

AUFGABEN

- Suche, Gewinnung, Kontaktpflege zu Förderern, Sponsoren, Spendern und Elternschaft
- Planung und Koordination aller Fundraising-Aktivitäten von Schule und Förderverein
- Entwicklung, Umsetzung und Auswertung eigener Fundraising-Aktionen in Zusammenarbeit mit der Schulleitung

WIR ERWARTEN

- Begeisterungsfähigkeit, Ausstrahlung, Überzeugungskraft, Beharrlichkeit
- weit überdurchschnittliche Einsatzfreude und Engagement
- idealerweise Kenntnisse der für Sachsen und Leipzig relevanten Schul- und Förderstrukturen

VORAUSSETZUNG

- Hochschulabschluss und einschlägige Erfahrungen, besonders mit Schulen in freier Trägerschaft
- Zugehörigkeit zu einer Gliedkirche der EKD
- Entsprechende Kenntnisse im Umgang mit Bürotechnik und Kommunikationsmitteln

Ihre ausführliche Bewerbung senden Sie bitte schriftlich bis zum 25.08.2013 an die Schulleiterin Sabine Ulrich, die Ihnen auch Auskünfte erteilt:

Schletterstraße 7, 04107 Leipzig
Tel.: 0341/99489-23, Fax: 0341/99489-26
www.schulzentrum.de, eva@schulzentrum.de



Sonderpreis
für Abonnenten von S&S
79,90 €



Sonderpreis
für Abonnenten von S&S
29,90 €

Band 1 aus der Reihe „Personalmanagement in Stiftungen“

Berit Sandberg / Christoph Mecking
Vergütung haupt- und ehrenamtlicher Führungskräfte in Stiftungen
Die Ergebnisse der Vergütungsstudie

Broschur, 149 Seiten, 149,90 Euro
ISBN 978-3-9812114-0-5

NEU: Band 2 aus der Reihe „Personalmanagement in Stiftungen“

Berit Sandberg (Hrsg.)
Nachfolge im Stiftungsvorstand
Herausforderungen und Handlungsempfehlungen für das Gremienmanagement

Broschur, 276 Seiten, 39,90 Euro
ISBN 978-3-9812114-1-2

Mit Stiftung&Sponsoring immer auf dem Laufenden!

- Aktuell, anschaulich, fundiert
- Praxisbeispiele, Fachartikel, Anregungen
- Kurze, prägnante Beiträge
- Inkl. regelmäßiger Fachbeilage „Rote Seiten“
- Autoren aus Wissenschaft und Praxis
- Alle wichtigen Themen des Nonprofit-Bereichs
- **Alle 2 Monate (druck-)frisch auf den Tisch**



Abonnieren Sie jetzt das führende Fachmagazin für Nonprofit-Management und -Marketing mit jeweils 6 Ausgaben pro Jahr plus Sonderausgaben zum Preis von 126,80 €

Nachlässe für Buchhandlungen/Bibliotheken (15 %), Redaktionen / Verlage (20 %), Studierende (40 %) und für jedes weitere Abonnement (50 %)



Wir begrüßen jeden neuen Abonnenten mit einem **Gratis-Exemplar** „Die verkaufte Verantwortung: Das stille Einvernehmen im Fundraising!“ von Alexander Glück

JA, ICH ABONNIERE S&S FÜR 1 JAHR

NAME, VORNAME

FIRMA/INSTITUTION (falls Lieferanschrift)

STRASSE/HAUSNUMMER

PLZ/ORT

TELEFON (für Rückfragen)

EMAIL

DATUM, UNTERSCHRIFT

ZAHLUNG PER RECHNUNG ZAHLUNG PER BANKEINZUG

KONTONUMMER / BANKLEITZAHL

Ich möchte das Abo beginnen mit der Ausgabe

Ich bestelle zusätzlich folgende Einzelhefte (bei rückliegenden Ausgaben siehe Inhalte unter www.stiftung-sponsoring.de):

Das Abonnement verlängert sich jeweils um ein Jahr, wenn es nicht bis acht Wochen vor Ablauf gekündigt wird.

Die Bestellung kann ich binnen 2 Wochen nach Bestelldatum schriftlich beim Stiftung&Sponsoring Verlag, Möwenweg 20, D-33415 Verl, widerrufen (Datum des Poststempels).



Stiftung&Sponsoring Verlag
Möwenweg 20 · D-33415 Verl
Telefon (05246) 92 19-0
abo@stiftung-sponsoring.de
www.stiftung-sponsoring.de

