

Stobbe, Mandy; Winge, Susanne

Article

Marktorientierte Sozialunternehmen in Sachsen: Strukturen, Herausforderungen und Potenziale der sozialen Ökonomie

ifo Dresden berichtet

Provided in Cooperation with:

Ifo Institute – Leibniz Institute for Economic Research at the University of Munich

Suggested Citation: Stobbe, Mandy; Winge, Susanne (2024) : Marktorientierte Sozialunternehmen in Sachsen: Strukturen, Herausforderungen und Potenziale der sozialen Ökonomie, ifo Dresden berichtet, ISSN 0945-5922, ifo Institut für Wirtschaftsforschung, Niederlassung Dresden, Dresden, Vol. 31, Iss. 3, pp. 8-13

This Version is available at:

<https://hdl.handle.net/10419/300787>

Standard-Nutzungsbedingungen:

Die Dokumente auf EconStor dürfen zu eigenen wissenschaftlichen Zwecken und zum Privatgebrauch gespeichert und kopiert werden.

Sie dürfen die Dokumente nicht für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, öffentlich zugänglich machen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Sofern die Verfasser die Dokumente unter Open-Content-Lizenzen (insbesondere CC-Lizenzen) zur Verfügung gestellt haben sollten, gelten abweichend von diesen Nutzungsbedingungen die in der dort genannten Lizenz gewährten Nutzungsrechte.

Terms of use:

Documents in EconStor may be saved and copied for your personal and scholarly purposes.

You are not to copy documents for public or commercial purposes, to exhibit the documents publicly, to make them publicly available on the internet, or to distribute or otherwise use the documents in public.

If the documents have been made available under an Open Content Licence (especially Creative Commons Licences), you may exercise further usage rights as specified in the indicated licence.

Mandy Stobbe und Susanne Winge*

Marktorientierte Sozialunternehmen in Sachsen: Strukturen, Herausforderungen und Potenziale der sozialen Ökonomie

Die Ergebnisse des Sächsischen Mittelstandsberichts 2018-2022 gewähren erste Einblicke in die Struktur, die vielfältigen Herausforderungen und Potenziale marktorientierter Sozialunternehmen in Sachsen. Trotz ihres wachsenden Einflusses stehen diese Unternehmen vor erheblichen Sichtbarkeits- und Anerkennungshürden, insbesondere in ländlichen Regionen. Der hier dargestellte Ausschnitt aus der Untersuchung beleuchtet die geografische Verteilung, unterschiedliche Rechtsformen, verschiedene Unternehmensphasen und die facettenreiche Palette sozialer Anliegen. Darüber hinaus werden Herausforderungen und Potenziale der sozialen Ökonomie in Sachsen aufgezeigt.

Der Freistaat Sachsen steht – wie auch die gesamte Bundesrepublik – vor großen Herausforderungen im Bereich Umwelt- und Klimaschutz, dem demografischen Wandel sowie der Sicherung der öffentlichen Daseinsvorsorge, insbesondere in von Bevölkerungsschwund betroffenen Regionen. Die Bewältigung dieser komplexen Probleme erfordert innovative Ansätze. Zunehmend rückt dabei die Idee einer sozialen Ökonomie als alternatives Modell zur herkömmlichen gewinnorientierten Produktionsweise in den Fokus. Diese Wirtschaftsform zeichnet sich durch eine soziale, nachhaltige und am Gemeinwohl¹ orientierte Ausrichtung aus. Marktorientierte Sozialunternehmen kennzeichnet dabei, dass sie die drei Themen Soziales, Umwelt und Wirtschaftlichkeit als gleichberechtigt betrachten. Zum einen wird mittels unternehmerischer Mittel die gesellschaftliche Wirkung erhöht. Zum anderen steht die Entwicklung von neuen und innovativen Lösungen und zeitgemäßen Instrumenten im Vordergrund. Die Gewinnorientierung tritt hinter die Ausrichtung, einen positiven Beitrag zur Gesellschaft zu leisten, zurück. Gewinne dienen primär dazu, die für die übergeordneten Ziele notwendigen Finanzierungsmittel zu erwirtschaften.

Die deutschlandweit angelegte Studie von Ashoka und McKinsey zeigt auf, dass Unternehmen der sozialen Ökonomie eine bedeutende Rolle bei der Bewältigung gesellschaftlicher Herausforderungen spielen können (Ashoka und McKinsey 2019). Weltweit und auch in Deutschland hat sich in den letzten Jahren eine aktive sozialunternehmerische Gründer*innen-Szene entwickelt, die an Bedeutung gewinnt. Die Autor*innen der McKinsey- und Ashoka-Studie schätzen die Social Entrepreneurship-Bewegung allein in Deutschland auf 1 700 Unternehmen (Ashoka und McKinsey 2019). Dieser Trend spiegelt sich auch in Sachsen wider, auch hier ist in den vergangenen Jahren eine zunehmende Anzahl von Gründungen solcher Unternehmen zu verzeichnen.

Im Rahmen des Sächsischen Mittelstandsberichts 2018-2022², erstellt durch die Dresdner Niederlassung des ifo Instituts in Kooperation mit dem Zentrum für Sozialforschung Halle e. V. an der Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg (ZSH), wurde im Jahr 2023 durch das ZSH eine Schwerpunkterhebung

zu marktorientierten Sozialunternehmen in Sachsen durchgeführt³. Diese Untersuchung bietet grundlegende Erkenntnisse über die Struktur und Wirkungsbereiche dieser Unternehmen in Sachsen und dient als Basis für weitere Analysen im Kontext sozialer Innovation und Unternehmertum.

ABGRENZUNG UND KRITERIEN

Sozialunternehmen sind im Sinne der Nationalen Strategie für Soziale Innovationen und Gemeinwohlorientierte Unternehmen (BMWK und BMBF 2023) und im Einklang mit der Definition der Europäischen Kommission Unternehmen:

- „für die das soziale oder ökologische, gemeinwohlorientierte Ziel Sinn und Zweck ihrer Geschäftstätigkeit darstellt, was sich oft in einem hohen Maße an Sozialer Innovation äußert,
- deren Gewinne größtenteils wieder investiert werden, um dieses Ziel zu erreichen,
- und deren Organisationsstruktur oder Eigentumsverhältnisse dieses Ziel widerspiegeln, da sie auf Prinzipien der Mitbestimmung oder Mitarbeiterbeteiligung basieren oder auf soziale Gerechtigkeit ausgerichtet sind“⁴.

Für die untersuchten marktorientierten Sozialunternehmen in Sachsen wurden die folgenden Kriterien zur Abgrenzung gebildet:

Als marktorientierte Sozialunternehmen werden jene Unternehmen verstanden, die sich proaktiv den sozialen, gesellschaftlichen oder ökologischen Herausforderungen unserer Zeit stellen. Sie bieten dort, wo Staat und Markt bisher nur unzureichend auf diese Herausforderungen reagieren konnten, eine innovative Lösung in Form von Produkten, Dienstleistungen, Verfahren oder Geschäftsmodellen an, welche einen gesellschaftlichen Nutzen (sog. Social Value) stiften. Dabei greifen sie auf unternehmerische Mittel zurück und erzielen ihre Einnahmen überwie-

* Mandy Stobbe ist wissenschaftliche Mitarbeiterin und Susanne Winge ist Geschäftsführerin am Zentrum für Sozialforschung Halle e. V. (ZSH) an der Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg.

gend auf freien und Quasi-Märkten⁵, zum Beispiel Leistungsentgelte für Arbeitsmarktintegration oder Inklusion. Ihre Gewinne reinvestieren sie größtenteils wieder, um ihre sozialen Ziele zu erreichen. Auch ihre Organisationsstruktur und die Eigentumsverhältnisse spiegeln die gesellschaftlichen Ziele wider, da die steuernden und kontrollierenden Mechanismen auf Prinzipien der Beteiligung und der sozialen Gerechtigkeit ausgerichtet sind.

GEOGRAFISCHE VERTEILUNG

Durch ein umfassendes Screening konnten in Sachsen 171 Unternehmen identifiziert werden, die die Merkmale der hier zugrunde liegenden Kriterien marktorientierter Sozialunternehmen ganz (43,0%) bzw. teilweise (57,0%) erfüllen. Die öffentliche Sichtbarkeit der marktorientierten Sozialunternehmen spielt für den methodischen Zugang eine entscheidende Rolle. Sie aufzuspüren und gezielt anzusprechen ist nicht einfach, da sich viele der marktorientierten Sozialunternehmen nicht als solche verstehen oder sich nicht in entsprechenden Kreisen und Netzwerken bewegen. So finden sich unter den marktorientierten Sozialunternehmen in Sachsen viele sehr kleine Unternehmen mit zum Teil geringer Sichtbarkeit. Dass einige öffentlich und/oder digital sichtbar sind als andere, kann neben dem Selbstverständnis auch andere Ursachen haben.

Aufgrund ihrer Größe, Dichte und Vielfalt entwickeln sich in Städten mehr marktorientierte Sozialunternehmen als im ländlichen Raum. 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). Abbildung 1 zeigt die quantitative Verteilung der Grundgesamtheit der identifizierten marktorientierten Sozialunternehmen auf die zehn Landkreise und drei kreisfreien Städte des Freistaates. Bezogen auf ihren Unternehmenssitz konzentriert sich die Mehrheit der marktorientierten Sozialunternehmen auf die kreisfreien Städte Leipzig, Dresden und – mit einigem Abstand – Chemnitz. Auch der Landkreis Görlitz sticht heraus. In anderen Teilen des Landes, insbesondere im Norden und Süden, sind marktorientierte Sozialunternehmen seltener anzutreffen. Hierbei ist zu beachten, dass die Ergebnisse dieser Recherche eine Momentaufnahme darstellen und keinen Anspruch auf Vollständigkeit erheben, da sich der Unternehmensbestand durch Gründungen und Schließungen ständig verändert.

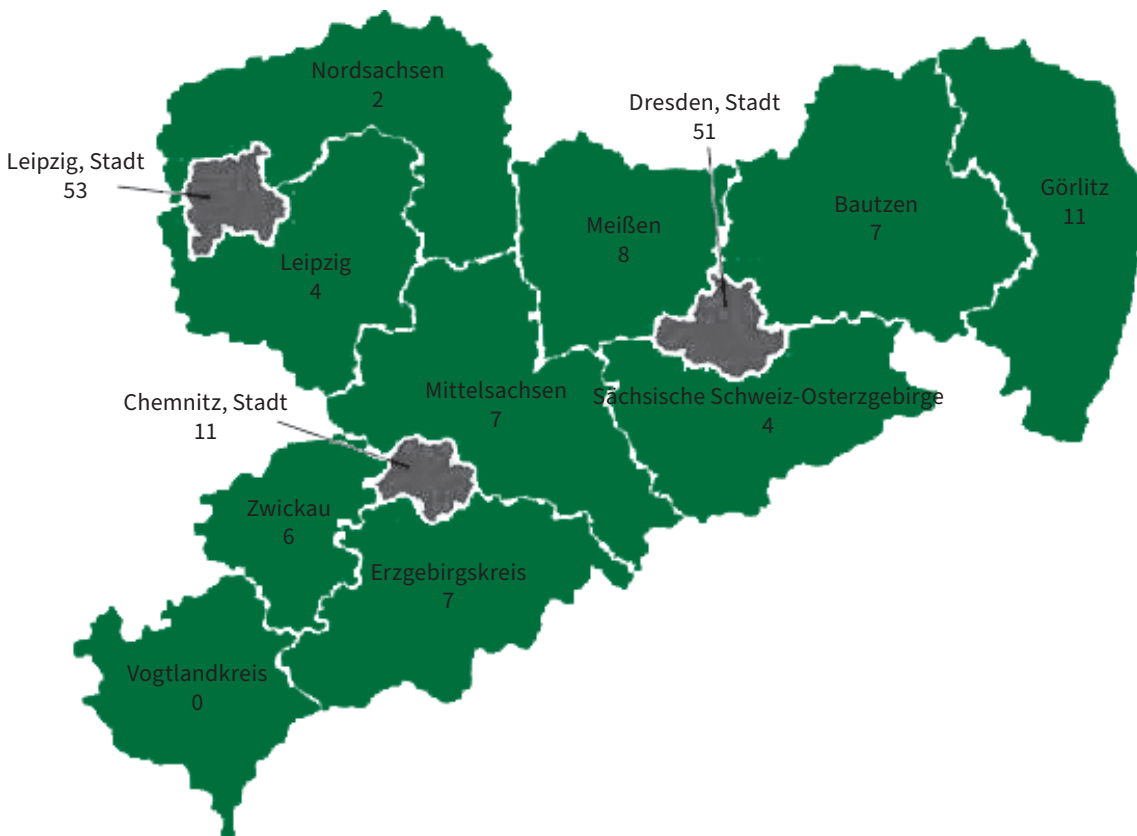
STATUS QUO MARKTORIENTIERTER SOZIAL-UNTERNEHMEN IN SACHSEN

Zwischen März und April 2023 wurden 171 marktorientierte Sozialunternehmen in Sachsen für eine standardisierte Online-Befragung kontaktiert, 65 der identifizierten marktorientierten Sozialunternehmen⁶ nahmen an der Umfrage teil.⁷

Das Selbstverständnis der befragten marktorientierten Sozialunternehmen in Sachsen ist unterschiedlich ausgeprägt: 26,2% der Unternehmen bezeichnen sich in ihrer Außendarstellung als Sozialunternehmen und 24,6% der Unternehmen tun

Abb. 1

Regionale Verteilung der identifizierten marktorientierten Sozialunternehmen in Sachsen



Quelle: Recherche ZSH, marktorientierte Sozialunternehmen, Mittelstandsbericht Sachsen 2018-2022, eigene Darstellung.

dies teilweise. Diese Befragten gaben in der Umfrage an, sich selbst eher als Impact Start-up, wirkungsorientiertes Unternehmen, Benefit Corporation, Unternehmen der solidarischen Ökonomie, Nachhaltigkeitsunternehmen sowie als Purpose Unternehmen zu bezeichnen. Es geben aber auch 20,0% der Unternehmen an, eine solche Selbstbenennung nicht zu verwenden, da es für ihre Außendarstellung nicht hilfreich sei. Immerhin 13,8% der Unternehmen kannten den Begriff Social Entrepreneurship/Sozialunternehmen nicht. Weitere 13,8% der Unternehmen wählten die Antwortmöglichkeit „keine Angabe“ aus und 1,5% der Unternehmen haben diese Frage nicht beantwortet.

Die Ergebnisse zeigen, dass sich marktorientierte Sozialunternehmen in Sachsen häufiger in der Nähe zu einer Universität oder Hochschule niederlassen. Insbesondere Leipzig (35,0%) und Dresden (23,0%) sind häufige Standorte. Der Rest findet sich bevorzugt in der Nähe von Groß- oder Mittelstädten des Freistaates Sachsen. Offenbar spielen strukturelle Faktoren wie Größe, Dichte und Infrastruktur eine nicht unerhebliche Rolle für die Standortwahl dieser Unternehmen.

Das durchschnittliche Unternehmensalter der marktorientierten Sozialunternehmen in Sachsen beträgt 7,2 Jahre. Insgesamt waren zum Zeitpunkt der Erhebung 50,0% der sächsischen marktorientierten Sozialunternehmen noch keine fünf Jahre alt. Damit weisen sie das für die Szene charakteristische niedrige Alter auf. Die Altersstruktur der Gründer*innen variiert, wobei fast die Hälfte (47,7%) zwischen 25 und 34 Jahre alt war.

In 29,2% der Fälle handelte es sich um Einzelgründer*innen. Weitere 38,5% der sächsischen marktorientierten Sozialunternehmen wurden mit vier und mehr Personen gegründet.

Ein großer Anteil der marktorientierten Sozialunternehmen sind Kleinstunternehmen (64,6%), mit einer Belegschaft zwischen einem und neun Mitarbeiter*innen, im Bundesvergleich sind es 56,0% (Kiefl et al. 2022). Alle weiteren befragten marktorientierten Sozialunternehmen in Sachsen zählen zu den kleinen Unternehmen mit mehr als neun und bis zu 49 Mitarbeiter*innen (35,4%). Dieser Anteil fällt im Bundesvergleich mit 15,9% deutlich geringer aus (Kiefl et al. 2022).

Sozialunternehmen verbinden gemeinwohlorientiertes Handeln mit unternehmerischen Mitteln in den verschiedensten Bereichen unserer Gesellschaft. Die Selbsteinordnung gemäß der internationalen Standardklassifikation der Wirtschaftszweige der Vereinten Nationen zeigt, dass jedes dritte marktorientierte Sozialunternehmen in Sachsen im Bereich „Handel“ (17 von 64 Unternehmen) tätig ist (vgl. Abb. 2).

Eine eigene Rechtsform für Sozialunternehmen, wie beispielsweise die „Benefit Corporation“ in Großbritannien, gibt es in Deutschland bisher nicht. Ein Grund hierfür liegt unter anderem im deutschen Gemeinnützigkeitsrecht, welches in anderen Ländern weniger regulativ ausgestaltet ist.

Marktorientierte Sozialunternehmen im Freistaat Sachsen sind daher in einem weiten Spektrum verschiedener Rechtsformen angesiedelt. In Abbildung 3 ist die Verteilung der Rechtsformen in Sachsen dargestellt. Die am häufigsten vorkommende Rechtsform unter den befragten marktorientierten Sozialunternehmen ist die des Einzelunternehmens (29,2%). Der Anteil dieser Rechtsform ist damit deutlich höher als im Bundesvergleich (Bund: 9,5%) (Kiefl et al. 2022). Rund 7,7% der Einzelunternehmer*innen⁸ sind zudem Kleingewerbetreibende.

Weitere häufig genannte Rechtsformen sind die Gesellschaft mit beschränkter Haftung (GmbH) (24,6%) sowie die Gesellschaft bürgerlichen Rechts (GbR) (13,8%). Weitere 12,3% der Befragten gaben an, als eingetragener Verein (e. V.) und 4,6% als gemeinnützige Gesellschaft mit beschränkter Haftung (gGmbH) formiert zu sein. Etwa 6,2% machten keine Angaben zu ihrer konkreten Rechtsform. Die Frage, ob ihr Unternehmen einen Gemeinnützigkeitsstatus besitzt, bejahten 18,5% der an der Umfrage teilnehmenden marktorientierten Sozialunternehmen. Der Anteil der als GmbH organisierten marktorientierten Sozialunternehmen in Sachsen liegt damit auf vergleichbarem Niveau wie im Bundesdurchschnitt (Bund: 22,8% GmbH) (Kiefl et al. 2022).

Circa 40,0% der marktorientierten Sozialunternehmen in Sachsen befinden sich nach eigenen Angaben zum Zeitpunkt der Befragung in der Konsolidierungsphase, in der sich ihre Marktposition festigt. Weitere 23,1% sind in der Skalierungsphase, die durch Wachstum, zum Beispiel im Angebot oder Umsatz, geprägt ist, und 18,5% ordnen sich der Gründungsphase ihres Unternehmens zu. Schließlich haben 13,8% der befragten marktorientierten Sozialunternehmen die Antwortmöglichkeit „keine Angabe“ gewählt und weitere 3,1% haben die Frage nicht beantwortet. Ein Unternehmen (1,5%) hat seine Selbstständigkeit mit dem marktorientierten Sozialunternehmen aufgegeben. Insgesamt geben diese Ergebnisse Einblicke in die heterogene Struktur und die aktuellen Entwicklungsphasen marktorientierter Sozialunternehmen in Sachsen.

UNTERNEHMENSZIELE

Sozialunternehmen in Sachsen setzen unternehmerische Mittel zur Lösung sozialer Probleme ein – damit sind sie Treiber für gesellschaftliche Veränderungen. Im Kontrast zu gewinnorientierten Unternehmen manifestiert sich der Erfolg von Sozialunternehmen nicht primär in monetären Einnahmen, sondern vielmehr in ihrer gesellschaftlichen Wirkung. Im Rahmen der Befragung marktorientierter Sozialunternehmen in Sachsen wurde untersucht, welcher Stellenwert dem sozialen Anliegen im Vergleich zu wirtschaftlichen Parametern beigemessen wird.

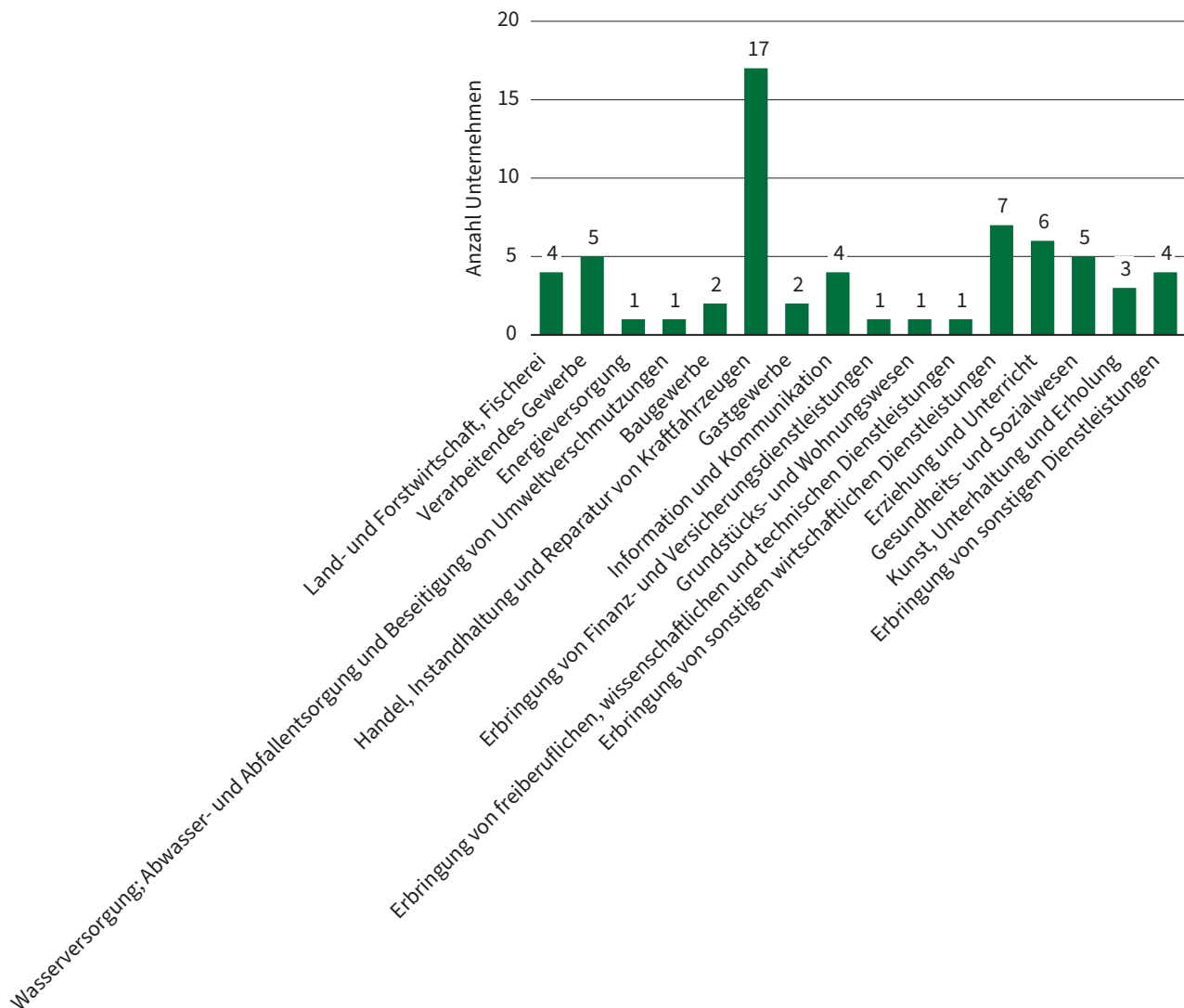
Die Befragten bewerteten auf einer Skala von „1 – trifft voll und ganz zu“ bis „5 – trifft überhaupt nicht zu“ die Aspekte der sozialen und ökologischen Wirkung als besonders bedeutsam (vgl. Abb. 4). Neben diesen zentralen Punkten wurden auch Themen wie Mitbestimmung, offenes Klima, lokales Handeln, Einnahmen und Gewinne sowie Professionalisierung und Skalierbarkeit als wichtige Faktoren identifiziert. Der Wirkungsmessung und dem Reporting sprachen die befragten marktorientierten Sozialunternehmen in Sachsen eher weniger Bedeutung zu. Dies deutet darauf hin, dass für marktorientierte Sozialunternehmen in Sachsen der Fokus stärker auf der unmittelbaren Umsetzung sozialer und ökologischer Ziele liegt als auf formalen Bewertungsmechanismen.

HERAUSFORDERUNGEN FÜR MARKTORIENTIERTE SOZIALUNTERNEHMEN

Marktorientierte Sozialunternehmen in Sachsen stehen vor vielfältigen Herausforderungen, wobei unternehmensinterne

Abb. 2

Branchenzugehörigkeit der befragten marktorientierten Sozialunternehmen in Sachsen (Anzahl Unternehmen)



Fragestellung: Welcher Branche lässt sich Ihr Unternehmen zuordnen?

Quelle: Umfrage ZSH, marktorientierte Sozialunternehmen, Mittelstandsbericht Sachsen 2018-2022 (n= 64), Filter: Unternehmensaufgabe, eigene Darstellung.

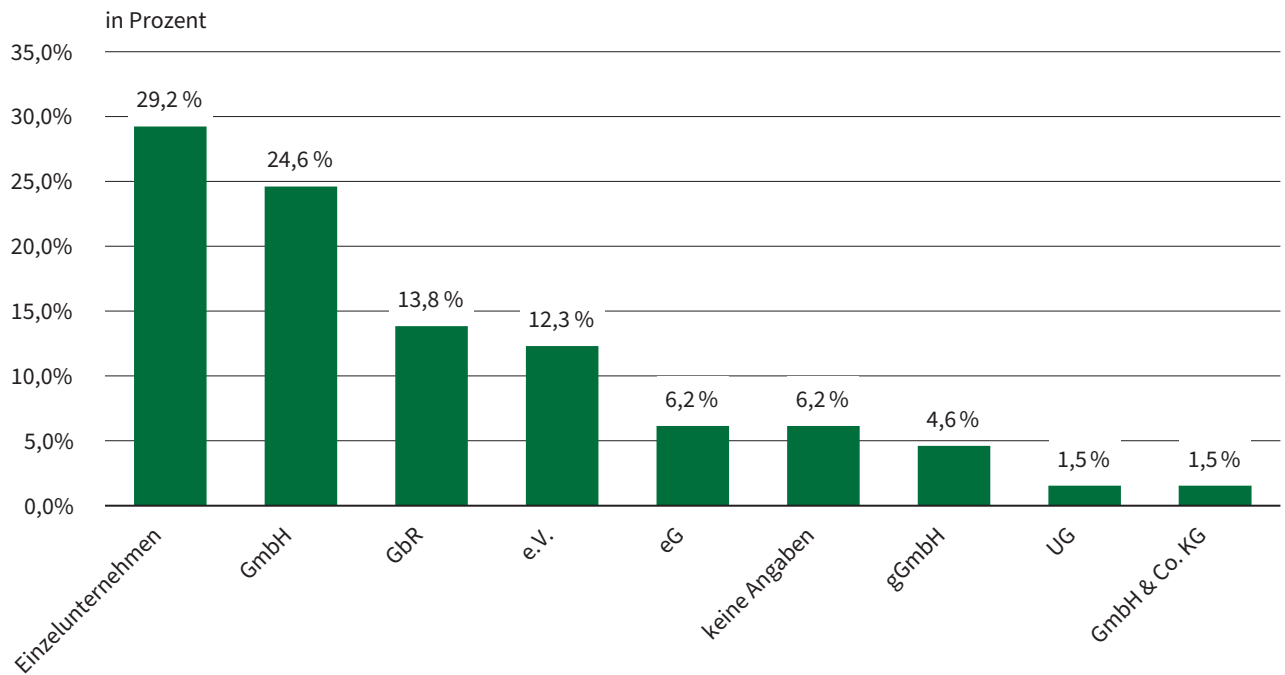
und finanzielle Faktoren als besonders herausfordernd identifiziert werden. Knappe zeitliche Ressourcen werden am häufigsten als Herausforderung benannt, gefolgt von finanziellen Ressourcen und damit verbunden mangelnden Finanzierungsmöglichkeiten ihrer Ideen und personellen Ressourcen. Als weitere Herausforderung wurden hohe bürokratische Hürden, eine schwache Lobby sowie fehlende öffentliche Unterstützung, wie beispielsweise durch Kommunen, eingeordnet. Die Resonanz und Nachfrage sowie die Sichtbarkeit am Markt wird zum Teil als herausfordernd empfunden. Als sonstige Herausforderungen wurden die Sichtbarkeit in Zeiten von Corona sowie persönliche Belastungen, wie zum Beispiel das Zusammenspiel von Care-Arbeit und Selbstständigkeit, ein großer Zeit- und Organisationsaufwand sowie eine hohe mentale Belastung genannt. Wenig herausfordernd bewerteten die Unternehmen Führungskompetenzen, rechtliche Barrieren, fehlende Partner*innen sowie fehlendes betriebswirtschaftliches Wissen und fehlende Weiterbildungsmöglichkeiten.

POTENZIALE MARKTORIENTIERTER SOZIALUNTERNEHMEN IN SACHSEN

Der Mittelstandsbericht Sachsen 2018-2022, aus dem hier einzelne gewonnene Erkenntnisse näher dargestellt wurden, gewährt mit seinem Sonderteil zum Thema marktorientierte Sozialunternehmen grundlegende Einblicke in die Struktur und Verbreitung marktorientierter Sozialunternehmen in Sachsen. Die Identifikation von 171 Unternehmen, die die Kriterien marktorientierter Sozialunternehmen erfüllen, kann auch im bundesweiten Vergleich als nennenswerte Zahl angesehen werden und es ist davon auszugehen, dass diese Zahl zunehmen wird. Dies betont die wachsende Bedeutung dieser Wirtschaftsakteure, welche soziale und ökonomische Ziele miteinander verbinden. Die beschriebene Vielfältigkeit der marktorientierten Sozialunternehmen verweist auf Veränderungspotenziale in verschiedenen gesellschaftlichen Bereichen. Sie können insbesondere dazu beitragen, spezifische lokale Herausforderungen anzugehen, sei es u. a. im Bereich Umweltschutz, Bildung,

Abb. 3

Rechtsform der befragten marktorientierten Sozialunternehmen in Sachsen (in Prozent)



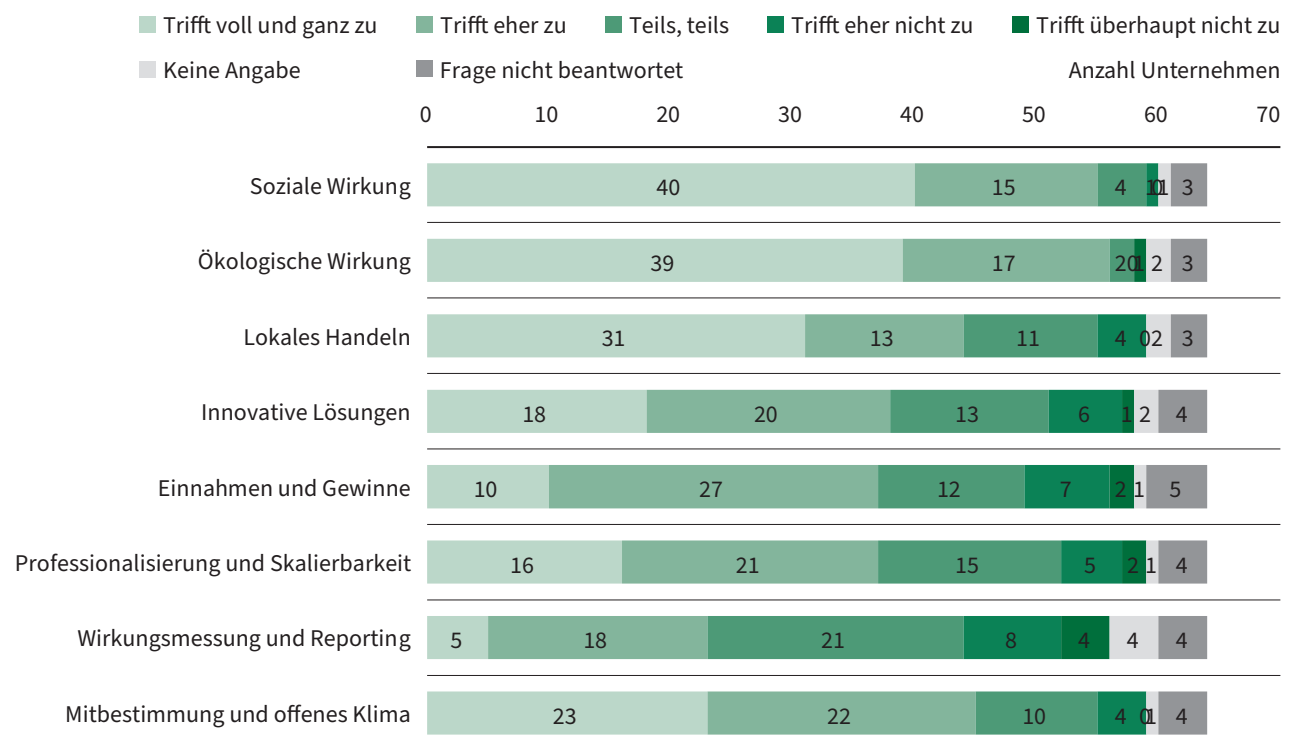
Fragestellung: Welcher Rechtsform lässt sich Ihr Unternehmen zuordnen? Benennen Sie hier bitte die konkrete Rechtsform.

eG = eingetragene Genossenschaft, UG = Unternehmergeellschaft.

Quelle: Umfrage ZSH, marktorientierte Sozialunternehmen, Mittelstandsbericht Sachsen 2018-2022 (n = 65), Abweichungen zu 100% rundungsbedingt, eigene Darstellung.

Abb. 4

Unternehmensziele der befragten marktorientierten Sozialunternehmen in Sachsen



Fragestellung: Was ist Ihnen in Ihrem Unternehmen besonders wichtig?

Skala von „1 – trifft voll und ganz zu“ bis „5 – trifft überhaupt nicht zu“

Quelle: Umfrage ZSH, marktorientierte Sozialunternehmen, Mittelstandsbericht Sachsen 2018-2022 (n = 64), Filter: Unternehmensaufgabe, eigene Darstellung.

soziale Gerechtigkeit oder Gesundheitswesen. Durch ihre Geschäftsaktivität können marktorientierte Sozialunternehmen dazu beitragen, das Bewusstsein für soziale Herausforderungen in der Bevölkerung zu schärfen und positive Veränderungen auf lokaler Ebene bewirken.

Für die Ausweitung der sozialunternehmerischen Aktivitäten und ihrer Wirkung in die Gesellschaft im Freistaat Sachsen braucht es nicht nur leistungsfähige marktorientierte Sozialunternehmen mit tragfähigen Geschäftsmodellen, sondern auch geeignete Rahmenbedingungen. Mit Blick auf die Zukunft gilt es daher, die Herausforderungen anzugehen und die Potenziale zu nutzen. Dabei spielen die Nutzung der Forschungslandschaft, die Schaffung von Kooperationsmöglichkeiten, Vernetzungen und künftige Regierungsinitiativen, inklusive der Förderung von Unterstützungsstrukturen und Finanzierungsinstrumenten, für die Entwicklung der sozialunternehmerischen Szene in Sachsen eine wichtige Rolle. Auf diese Weise kann die Entwicklung und Skalierung von sozialen Unternehmen unterstützt werden. Die gewonnenen Erkenntnisse können als Grundlage für weitere Forschung und politische Maßnahmen dienen, um die Potenziale dieser Unternehmen zur Lösung aktueller gesellschaftlicher Probleme in Sachsen zu stärken.

LITERATUR

- ARL - Akademie für Raumforschung und Landesplanung (Hrsg.) (2018), Handwörterbuch der Stadt- und Raumentwicklung, Hannover.
- Ashoka und McKinsey (Hrsg.) (2019), Wenn aus klein systemisch wird – Das Milliardenpotenzial sozialer Innovationen, Download unter https://www.irrsinnig-menschlich.de/app/uploads/2019/03/2019_ashoka_mckinsey_wenn_aus_klein_systemisch_wird.pdf.
- BMBF – Bundesministerium für Bildung und Forschung (Hrsg.) (2021), Ressortkonzept zu Sozialen Innovationen, Berlin.
- BMWK und BMBF – Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz und Bundesministerium für Bildung und Forschung (Hrsg.) (2023), Nationale Strategie für Soziale Innovationen und Gemeinwohlorientierte Unternehmen, Berlin.
- Cremer, G., R. Fritz und N. Goldschmidt (2018), „Soziale Dienstleistungen und Quasi-Märkte in der Sozialen Marktwirtschaft“, Zeitschrift für Politik, 65 (03), S. 335-354.
- Europäische Kommission (Hrsg.) (2011), Initiative für soziales Unternehmertum, 2011, Download unter <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/PDF/?uri=CELEX:52011DC0682&from=HU>.
- Evers, A., A. Zimmer, G. Schmidt und L. Klein (2014), „Stadt – Ort sozialer Innovation“, Forschungsjournal Soziale Bewegungen 27, Jg. 2, S. 2-7.
- Kiefl, S., K. Scharpe, M. Wunsch und P. Hoffmann (2022), Deutscher Social Entrepreneurship Monitor 2021/22, Social Entrepreneurship Netzwerk Deutschland e. V. (SEND), Berlin.
- Priller, E., M. Alscher, P. J. Droß, F. Paul, C. J. Poldrack, C. Schmießer und N. Waitkus (2012), Dritte-Sektor-Organisationen heute: Eigene Ansprüche und organisatorische Herausforderungen, Ergebnisse einer Onlinebefragung, Discussion Paper SP IV 2012-402, WZB, Berlin.
- SMWA – Sächsisches Staatsministerium für Wirtschaft, Arbeit und Verkehr (Hrsg.) (2024), Mittelstandsbericht des Freistaates Sachsen 2018-2022, Download unter <https://publikationen.sachsen.de/bdb/artikel/43681>.
- Scharpe, K. und M. Wunsch (o. A.), 2. Deutscher Social Entrepreneurship Monitor 2019, Social Entrepreneurship Netzwerk Deutschland e. V. (SEND), Berlin.
- Spiess-Knafl, W., R. Schües, S. Richter, T. Scheuerle und B. Schmitz (2013), „Eine Vermessung der Landschaft deutscher Sozialunternehmen“, in: Jansen, S. A., R. G. Heinze und M. Beckmann (Hrsg.), Sozialunternehmen in Deutschland, Springer VS, Wiesbaden, S. 21-34.

- 1 „Gemeinwohl ist ein politischer, gesellschaftlicher und juristischer Leitbegriff. Er richtet sich auf die Bestimmung und Sicherung der Interessen einer Gemeinschaft (ob auf lokaler, nationaler oder internationaler Ebene)“. (ARL 2018, S. 774)
- 2 Der Sächsische Mittelstandsbericht 2018-2022 wurde im Auftrag des Sächsischen Staatsministeriums für Wirtschaft, Arbeit und Verkehr (SMWA) erstellt.
- 3 Die in diesem Bericht dargestellten Ergebnisse sind Teil des Sächsischen Mittelstandsberichts 2018-2022 (siehe SMWA 2024).
- 4 Die Definition des Bundes basiert auf der Social Business Initiative der Europäischen Kommission (Europäische Kommission 2011). Weiterhin: „Soziale Innovationen drücken sich in zahlreichen wirtschaftlichen, sozialen und kulturellen Neuerungen aus, unabhängig davon, ob sie kommerziell oder gemeinnützig organisiert sind. Sie lösen gesellschaftlich anders und möglicherweise auch besser als frühere Praktiken. Sie haben einen eigenständigen Wert und können technologieunabhängig entstehen oder aber durch technologische Innovationen begünstigt und flankiert werden. Und umgekehrt: Auch technologische Innovationen können gesellschaftsgetrieben entstehen oder durch Soziale Innovationen hervorgebracht werden.“ (BMBF 2021, S. 2).
- 5 Als Quasi-Märkte wird die Erbringung von Sozialleistungen des Sozialgesetzbuches gegen Entgelt verstanden. Im Sozialgesetzbuch wird Angebot und Nachfrage nicht über den Preis reguliert, sondern ist gesetzlich im Sozialgesetzbuch verankert (Cremer et al. 2018).
- 6 Eines der 65 Unternehmen, das an der Umfrage teilgenommen hat, gab an, die Selbstständigkeit im Jahr 2022 aufgegeben zu haben. Als Gründe dafür wurden fehlende zeitliche, materielle und finanzielle Ressourcen, aber auch fehlende Partner*innen und die Neugründung eines anderen Unternehmens benannt. Diesem Unternehmen wurden im weiteren Verlauf der Befragung nur relevante Fragen gestellt. Elf weitere Unternehmen beantworteten die Frage, ob sie die Selbstständigkeit mit dem Unternehmen aufgegeben haben, nicht und machten ebenfalls keine Angaben, ob sie noch als marktorientierte Sozialunternehmen aktiv sind. Jedoch machten diese Unternehmen im weiteren Verlauf der Befragung wertvolle Angaben, so dass sie nicht aus der Auswertung ausgeschlossen wurden.
- 7 Die Rücklaufquote ist für eine Online-Befragung sehr zufriedenstellend. Das gilt auch im Vergleich mit anderen Befragungen in diesem Bereich. So verzeichnete die WZB-Studie einen Rücklauf von 26,0% (Priller et al. 2012) und die Mercator-Studie von 15,0% (Spiess-Knafl et al. 2013). Die SEND-Befragungen verzichten auf eine kontrollierte Erhebungssituation und lassen den Fragebogen frei in Netzwerken zirkulieren (Scharpe und Wunsch 2019).
- 8 Auch jenes Unternehmen, welches die Selbstständigkeit im Jahr 2022 aufgab, firmierte zuvor als Einzelunternehmen.