

Antrag

der Abgeordneten **Katharina Schulze, Ludwig Hartmann, Gülseren Demirel, Thomas Gehring, Eva Lettenbauer, Jürgen Mistol, Verena Osgyan, Gisela Sengl, Stephanie Schuhknecht, Barbara Fuchs, Benjamin Adjei, Kerstin Celina, Tessa Ganserer, Christina Haubrich, Claudia Köhler, Andreas Krahl, Tim Pargent BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN**

Bayerns Zukunft liegt in Europa V- Von unseren europäischen Nachbarn bei der Förderung des sozialen Unternehmertums lernen

Der Landtag wolle beschließen:

Die Staatsregierung wird aufgefordert

1. eine Strategie vorzulegen, wie soziales Unternehmertum in Bayern stärker wertgeschätzt und zielgerichteter gefördert werden kann. Hierbei sind die Erfahrungen aus anderen EU-Ländern (v.a. Frankreich, Großbritannien, Belgien und Finnland) und die wichtigsten Hemmnisse dieses Unternehmenszweigs (Rechtsform, Gemeinnützigkeitsbegriff, Zugang zum Finanzmarkt und staatlicher Förderung, Unterstützung beim Ausbau kaufmännischer Kenntnisse) explizit zu berücksichtigen.
2. die bestehenden Informations-, Beratungs- und Förderangebote für Social Entrepreneurship hinsichtlich einer Weiterentwicklung zu überprüfen, sowie eine zentrale Koordinierungsstelle für Social Entrepreneurship einzurichten.
3. eine eigene Rechtsform für Sozialunternehmen zu prüfen. Bei der Gemeinnützigkeit sollen bessere Rahmenbedingungen für Sozialunternehmen geschaffen werden. Das Stiftungsmodell für Sozialunternehmen und die rechtlichen Rahmenbedingungen für Genossenschaften sollen im Einklang der digitalen Transformation weiterentwickelt werden. Bei Hemmnissen, die nur auf Bundes- oder Europaebene verändert werden können, wird die Staatsregierung aufgefordert entsprechende Initiativen im Bundesrat einzubringen.
4. im Bereich der Bildung und Forschung Lehrstühle zu Social Entrepreneurship und sozialen Innovationen an den Universitäten und Hochschulen zu schaffen. Initiativen, die Soziales Unternehmertum in die Schulen bringen und studentische Initiativen sollen gefördert werden.
5. bei öffentlichen Ausschreibungen des Freistaats und seiner Beteiligungsgesellschaften die seit Anfang 2016 bestehenden vergaberechtlichen Handlungsspielräume zu nutzen und stets konkrete Vorgaben zu den umweltbezogenen und sozialen Eigenschaften der zu beschaffenden Leistungen zu machen, um auch sozialen Unternehmerinnen und Unternehmern den Zugang zu öffentlichen Aufträgen zu erleichtern.

Begründung:

Soziales Unternehmertum unterscheidet sich grundlegend von klassischem Unternehmertum durch seinen Fokus auf eine gesellschaftliche, ökologische oder soziale Innovation. Bei sozialen Unternehmen steht nicht Gewinnmaximierung im Vordergrund, sondern die Verbreitung des ideellen Mehrwerts der Unternehmung. Gewinne werden in Sozialunternehmen in aller Regel vollständig reinvestiert und nicht ausgeschüttet. Sie berücksichtigen die ökologischen Konsequenzen ihrer Arbeit, verfolgen eine langfristige Strategie und tragen somit zu einem nachhaltigen Wachstum bei. So entwickeln Sozialunternehmen oftmals wirksame Ansätze zur Reduzierung von Emissionen und Abfall sowie für die Verwendung natürlicher Ressourcen.

Deutschland und Bayern liegen bei der Förderung und auch der grundlegenden Erfassung und Wertschätzung dieses Unternehmerzweigs im Vergleich zur EU sowie vielen unserer europäischen Nachbarn weit zurück. In Finnland arbeiten bereits 7,5% der berufstätigen Bevölkerung in Sozialunternehmen, in Slowenien 5,4% und in Belgien immerhin 4,1%. In Finnland, Frankreich und Belgien ist 1 von 3 neu gegründeten Unternehmen ein Sozialunternehmen, im EU-Schnitt immerhin 1 von 4. Für Deutschland und Bayern liegen hier staatlicherseits noch nicht einmal verlässliche Zahlen vor. Nur der privatwirtschaftlich finanzierte Deutsche Social Entrepreneur Monitor 2018 gibt erste Anhaltspunkte, dass beispielsweise die Gründungszahlen ähnlich hoch sein könnten und sich ca. 80.000 Unternehmen in Deutschland als Sozialunternehmen bezeichnen würden. Dies alles geschieht aber weitgehend unbeachtet von der Politik in Deutschland.

Andere Länder in der EU haben das Potenzial dieses Wirtschaftszweigs und die starke Beliebtheit dieser Wirtschaftsform gerade bei jungen Menschen längst erkannt und Strategien für den Umgang und die gezielte Förderung entwickelt.

Die größten Herausforderungen von Sozialunternehmen in der Gründungs- und Konsolidierungsphase liegen vor allem in fehlender gesellschaftlicher bzw. politischer Anerkennung und dem Zugang zum Kapitalmarkt. Durch den weit weniger wichtigen Fokus auf Gewinnerzielung und die meist begrenzte Skalierbarkeit dieser Unternehmen versagen die klassischen Finanzierungsinstrumente hier weitgehend und können nur durch Spendenakquise und ideelle Unterstützer*innen kompensiert werden.

Auch die vorhandenen Rechtsformen und der Gemeinnützigkeitsbegriff stoßen bei Sozialunternehmen an ihre Grenzen, da an die Gemeinnützigkeit strenge Auflagen gebunden sind und diese eine Weiterentwicklung und Skalierung meist behindern. Eine Erweiterung des Gemeinnützigkeitsbegriffs und Hybride bei den Rechtsformen würden Sozialunternehmen ihre Entwicklung deutlich erleichtern. Frankreich hat daher 2014 die *entreprise solidaire* eingeführt, die beispielsweise den Zugang zum Kapitalmarkt erleichtern sollte. Als eines der ersten Unternehmen änderte das bekannte Satire-Magazin *Charlie Hebdo* seine Rechtsform zur *entreprise solidaire de presse*. Gängigste Form für Sozialunternehmen ist die *entreprise solidaire d'utilité sociale* ESUS (frei übersetzt: solidarisches Unternehmen mit sozialem Zweck).

Letztlich muss der Staat und damit auch der Freistaat Bayern eine Vorbildfunktion bei der Vergabe öffentlicher Aufträge einnehmen. Um auch Sozialunternehmen die Möglichkeit zu bieten an öffentliche Aufträge zu gelangen, muss der Freistaat konsequent die seit 2016 bestehenden Handlungsspielräume nutzen und soziale sowie ökologische Standards bei Ausschreibungen deutlich stärker gewichten.