



Soziale Innovationen

Der Deutsche Caritasverband ist mit seinen Gliederungen und Mitgliedern ein wesentlicher Akteur der Sozial- und Gesundheitswirtschaft und der Zivilgesellschaft in Deutschland. Er versteht sich dabei nicht nur als professioneller Anbieter von sozialen Dienstleistungen, sondern auch als Anwalt, der sich auf Basis der Erfahrungen in den Diensten, Einrichtungen und Selbsthilfegruppen für den Erhalt und die Weiterentwicklung der sozialen Rechte der Menschen einsetzt. Als Solidaritätsstifter gibt er darüber hinaus den Menschen die Möglichkeit, sich auf freiwillige/ehrenamtliche Weise zu engagieren und fördert die Anerkennung des bürgerschaftlichen Engagements. Dieser Dreiklang ist ein wesentlicher Bestandteil des Selbstverständnisses der Caritas und war in der Vergangenheit die Quelle für eine Vielzahl von sozialen Innovationen. Innovationen sind dabei Ausdruck des unternehmerischen Handelns der Caritas.

Die Europäischen Institutionen und die Bundesregierung haben sich zum Ziel gesetzt, die Rahmenbedingungen für Innovationen in der Sozial- und Gesundheitswirtschaft zu verbessern, damit pionierhafte Vorhaben und andere Innovationen besser realisiert werden können. Zu diesem Zweck hat die Europäische Kommission Ende letzten Jahres im Bereich des sozialen Unternehmertums zwei Mitteilungen¹ und einen Vorschlag für eine Verordnung über „Europäische Fonds für soziales Unternehmertum“² veröffentlicht. Die weitgefaste Definition der „Sozialunternehmen“ durch die Kommission³ in den genannten Dokumenten, unter die folglich auch Wohlfahrtsverbände wie der Deutsche Caritasverband fallen, wird ausdrücklich befürwortet. Ebenfalls will die Europäische Kommission noch in diesem Jahr eine Expertengruppe ins Leben rufen, die sich über einen Zeitraum von sechs Jahren zum Thema „soziales Unternehmertum“ beraten wird. Auch auf bundespolitischer Ebene ist das Thema „soziale Innovationen“ durch das Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ) aufgegriffen worden. Unter der Überschrift der Stärkung des bürgerschaftlichen Engagements entwickelte das BMFSFJ gemeinsam mit der

¹ „Initiative für soziales Unternehmertum. Schaffung eines „Ökosystems“ zur Förderung der Sozialunternehmen als Schlüsselakteure der Sozialwirtschaft und sozialen Innovation“, KOM(2011) 682 endgültig, 25. Oktober 2011; „Eine neue EU-Strategie (2011-14) für die soziale Verantwortung der Unternehmen (CSR)“, KOM(2011) 681 endgültig, 25. Oktober 2011

² KOM(2011) 862 endgültig, 7. Dezember 2011

³ „Unter „Sozialunternehmen“ versteht die Kommission Unternehmen, für die das soziale oder gesellschaftliche gemeinnützige 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 soziale 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.“ (KOM(2011) 682 endgültig, S. 2-3)

Kreditanstalt für Wiederaufbau (KfW) ein Programm zur Finanzierung von Sozialunternehmen und führte hierzu im Herbst 2011 eine große Konferenz in Berlin durch. Für das Jahr 2012 ist eine vom BMFSJ initiierte Multistakeholder-Konferenz geplant, die sowohl die Mitglieder der Freien Wohlfahrtspflege, als auch weitere Akteure mit Bezug auf soziale Innovationen in den Blick nehmen soll.

Der Deutsche Caritasverband begrüßt all diese Initiativen und bietet seine Mitarbeit bei der Verbesserung der Rahmenbedingungen für soziale Innovationen an.

1. Innovationen in der Sozial- und Gesundheitswirtschaft

Was sind soziale Innovationen?

Innovation steht für Veränderung und Dynamik bei Produkten, Dienstleistungen oder Prozessen, die einen Nutzen für das Unternehmen bringen und erfolgreich Anwendung finden bzw. im Markt eingeführt wurden. Ein Merkmal der Innovation ist die Neuartigkeit, die sich sowohl auf eine Erfindung, als auch auf eine Verbesserung bestehender Leistungen und Prozesse beziehen kann und in der Regel mit Effektivitäts- und Effizienzsteigerungszielen verbunden ist. Mit sozialen Innovationen sind allgemein neue Lösungen für gesellschaftliche Probleme und Herausforderungen gemeint. Innovationen in der Sozial- und Gesundheitswirtschaft beziehen sich auf die Bereitstellung von neuen oder verbesserten sozialen Dienstleistungen. Darin inbegriffen sind auch neue Kooperations- und Vertragsformen sowie neue Verfahren und Organisationsstrukturen. Innovationsziele sind mit der Steigerung der Nutzer- bzw. Kundenorientierung und der Wirtschaftlichkeit, aber auch mit der Erfüllung weiterer Organisationsziele, wie zum Beispiel einer Steigerung der Attraktivität als Arbeitgeber, einer stärkeren Identifizierung der Mitarbeiterschaft mit den Organisationszielen oder mit ökologischen Aspekten verbunden.

Soziale Innovationen auf dem Markt sozialer Dienste

Innovationen sind im privatgewerblichen Bereich der entscheidende Wettbewerbsfaktor, um Wachstum und Rendite zu erzielen, und damit langfristig den Unternehmenswert zu steigern. Nicht-gewinnorientierte Akteure sind aufgrund ihres Selbstverständnisses auf der Suche nach neuen bzw. verbesserten Lösungen zur Erfüllung ihres Organisationszwecks. In der Sozial- und Gesundheitswirtschaft agieren sie auf dem Markt sozialer Dienstleistungen, dessen Güter von besonderen Merkmalen geprägt sind und dessen Ordnungsrahmen aufgrund der öffentlichen (Mit-)Finanzierung relativ eng von staatlicher Seite vorgegeben ist. Durch die Etablierung von Wettbewerb auf der Anbieterseite des Sozialmarktes wurden in den vergangenen Jahren die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen enger gefasst. Dies hat die Anforderungen an die Innovationsfähigkeit sozialer Anbieter erhöht und Innovationen werden zunehmend ein Erfolgsfaktor, um sich auf dem Markt sozialer Dienste behaupten zu können.

Der Deutsche Caritasverband steht der Einführung von Wettbewerb in der Sozial- und Gesundheitswirtschaft prinzipiell positiv gegenüber, da er gute Voraussetzungen für die Verwirklichung des Wunsch- und Wahlrechts der Hilfe suchenden Menschen gewährleistet. Dies ist allerdings nur dann der Fall, wenn ein geeigneter Ordnungsrahmen vorhanden ist, der die Interessen der (potenziellen) Nutzerinnen und Nutzer sozialer Dienstleistungen in den Mittelpunkt stellt. Da sich der Wettbewerb in großen Teilen der Sozial- und Gesundheitswirtschaft nur auf die Anbieterseite beschränkt und sich die Nachfrageseite aufgrund der sozialrechtlichen Bedingungen durch eine Dominanz der staatlichen Kostenträger auszeichnet, liegt für die Einführung von Innovationen in der Sozial- und Gesundheitswirtschaft ein strukturelles Problem vor. Es sind oftmals nicht die Hilfe suchenden Menschen, die über Umfang und Qualität des Angebotes abstimmen, sondern

staatliche Stellen, die diese Aufgabe übernehmen. Auf diese Weise kommen die Präferenzen der (potenziellen) Leistungsempfänger(innen) nur mittelbar zur Geltung.

Ziel des Deutschen Caritasverbandes ist es deshalb, das Wunsch- und Wahlrecht der Hilfesuchenden Menschen zu stärken und auf der Anbieterseite Trägerpluralität zu gewährleisten, damit das Wunsch- und Wahlrecht auch wirksam werden kann. In der Sozial- und Gesundheitswirtschaft sind die (potenziellen) Nutzer(innen) von sozialen Diensten oftmals nicht einfach „Kunden“. Sie sind Hilfebedürftige, zum Teil in existenziellen Notlagen. Je nach Situation sind sie nicht in der Lage, ihre Interessen selbst zu vertreten, oder haben in vielen Situationen nicht die Möglichkeit oder die Kraft, den Anbieter zu wechseln, wenn sie mit ihm nicht zufrieden sind. Ordnungspolitisch resultiert daraus die Notwendigkeit, dass der Wettbewerb auf dem Markt sozialer Dienste so zu gestalten ist, dass Hilfebedürftige ihr Recht auf selbstbestimmte Teilhabe verwirklichen können. Trägerpluralität und die Gewährleistung des Wunsch- und Wahlrechts sind daher Voraussetzung und gleichzeitig die treibende Kraft für Innovationen in der Sozial- und Gesundheitswirtschaft.

Gleiches gilt für den ordnungspolitischen Rahmen, welcher im europäischen Binnenmarkt gesetzt wird. Auch hier müssen Rahmenbedingungen herrschen, die in der Lage sind soziale Innovationen zu befördern. Hierzu muss insbesondere im Wettbewerbs- und Binnenmarktrecht den Besonderheiten bei der Erbringung personenbezogener sozialer Dienstleistungen hinreichend Rechnung getragen werden. Da das Wunsch- und Wahlrecht der Nutzer von sozialen Dienstleistungen nur dann sinnvoll ausgeübt werden kann, wenn auf der Angebotsseite eine Trägerpluralität vorherrscht, wirbt der Deutsche Caritasverband für die europarechtliche Anerkennung des sozialrechtlichen Dreiecksverhältnisses, als ein Modell, das die Trägervielfalt und damit das Wunsch- und Wahlrecht der Nutzerinnen und Nutzer stärkt und gleichzeitig den Grundanforderungen des europäischen Primärrechts an Transparenz, Gleichbehandlung und Nichtdiskriminierung genüge tut.

Weiteren Handlungsbedarf sieht der Deutsche Caritasverband auch nach der sogenannten Almunia-Reform im europäischen Beihilfenrecht. So sind aus Sicht des Deutschen Caritasverbandes die mit der Anwendung der entsprechenden Regelungen verbundenen Nachweis- und Dokumentationspflichten, insbesondere für kleine und mittlere Einrichtungen, nach wie vor zu hoch. Weiterhin bleibt unklar, wann rein lokale soziale Dienstleistungen den gemeinschaftlichen Handel zu beeinträchtigen in der Lage sind. Ebenso ungeklärt ist die europarechtliche Behandlung des Gemeinnützigkeitsstatus und der damit einhergehenden Steuererleichterungen, wie auch die Beschränkungen der wirtschaftlichen und unternehmerischen Handlungsfreiheit gemeinnütziger Körperschaften.

Soziale Innovationen haben einen gesamtwirtschaftlichen und gesellschaftlichen Nutzen

In der Gesamtbetrachtung der Sozial- und Gesundheitswirtschaft muss der Nutzen für Gesamtwirtschaft und Gesellschaft bei der Erbringung von sozialen Dienstleistungen einberechnet werden. In gemeinnützigen Unternehmen stehen in der Regel Sachziele und qualitative Ziele im Vordergrund. Ökonomische Ziele, wie die Erreichung eines bestimmten Umsatzziels auf Unternehmensebene oder eines für die Weiterentwicklung des Unternehmens notwendigen Überschusses, sind erforderlich und bindend. Sie fungieren als unverzichtbare Nebenbedingung für die Erreichung der Sachziele. Bei diesen Sachzielen handelt es sich meist um sogenannte Beeinflussungsziele wie zum Beispiel die Stärkung von sozialen Kompetenzen bei Jugendlichen oder die Verbesserung der selbstbestimmten Teilhabe von pflegebedürftigen Menschen.

Der Nutzen und die Kosten einer innovativen Maßnahme lassen sich nicht allein an der betriebswirtschaftlichen Rechnungslegung und dem Leistungsdokumentationssystem der betreffenden Einrichtung ablesen. Stattdessen ist hier zusätzlich eine volkswirtschaftliche Gesamtbetrachtung anzustellen. Dabei kann z.B. für die Jugendhilfe von dem folgenden

Wirkungszusammenhang ausgegangen werden: Die Jugendhilfe-Einrichtung fördert die Persönlichkeitsentwicklung junger Menschen. Dies wirkt sich positiv auf die Arbeitsfähigkeit, das Erreichen eines Schul- bzw. Ausbildungsabschlusses, die Anpassung an soziale Normen und die psychische und physische Gesundheit aus. Der Wert von Innovationen in der Sozial- und Gesundheitswirtschaft muss daher immer im Zusammenhang mit einer volkswirtschaftlichen Kosten-Nutzen-Analyse beurteilt werden.

2. Innovation als Bestandteil des Selbstverständnisses der Caritas-Unternehmen

Zum Selbstverständnis der Caritas gehört es, den sozialen Wandel und gesellschaftliche Entwicklungen, sowie die sich daraus ergebenden Probleme zu erkennen, zu kommunizieren und Lösungsvorschläge zu erarbeiten. Um ihren kirchlichen und gesellschaftlichen Auftrag nachhaltig zu erfüllen, wird die Caritas mit ihren Einrichtungen und Diensten auf dem Markt für soziale Dienstleistungen unternehmerisch tätig. Caritas-Unternehmen sehen sich dabei in einer lokalen und gesamtgesellschaftlichen Verantwortung. Als lernende und offene Organisationen, passen sie sich an die sich stetig verändernde Umwelt an, indem sie ihre Leistungsangebote, Strukturen und Prozesse an der Entwicklung der tatsächlichen Bedarfslagen orientieren. Neue Herausforderungen ergeben sich zum Beispiel durch sich wandelnde Bedarfe der (potenziellen) Leistungsempfänger(innen) und durch sich verändernde politische, finanzielle und rechtliche Rahmenbedingungen.

Innovationsmanagement in Caritas-Unternehmen

Caritas-Unternehmen überlassen Innovationen nicht dem Zufall, sondern fördern sie strategisch. Die Aufgabe des Innovationsmanagements ist es, den Innovationsprozess von der Idee bis zur Umsetzung zu gestalten und zu koordinieren, Chancen zu erkennen und wahrzunehmen, Risiken zu reduzieren sowie eine innovationsfördernde Unternehmenskultur zu pflegen. Bei den Überlegungen, ob und wie Innovationen umgesetzt werden können, stellt sich die Frage nach der Bewertung des Innovationserfolges, sowohl hinsichtlich des ökonomischen, ökologischen und sozialen Nutzens als auch der Risiken und der Nachhaltigkeit. Die Leitlinien für unternehmerisches Handeln in der Caritas beschreiben dieses Unternehmensverständnis und geben eine Orientierung hinsichtlich der notwendigen theologisch-ethischen, gesellschaftspolitischen und betriebswirtschaftlichen Grundlagen.⁴

Danach ist es die gemeinsame Aufgabe von Führungskräften und den Mitarbeiter(innen), ein dynamisches Gleichgewicht zwischen Stabilität und Veränderung unter Beibehaltung der grundsätzlichen Organisationsziele und -philosophie zu finden. Im Sinne einer funktionierenden Dienstgemeinschaft werden dafür die haupt- und ehrenamtlichen Mitarbeiter(innen) aktiv in die Entwicklung neuer Angebote bzw. in die Organisationsentwicklung miteinbezogen. Unternehmen der Caritas sollen eine „Pilotfunktion“ übernehmen und ihre Leistungspalette im Rahmen ihrer christlichen Wertevorstellung fortlaufend an sich verändernde Bedarfslagen bei den (potenziellen) Nutzer(inne)n ihrer Dienste anpassen. Oft gehen sie dabei bewusst ein Investitionsrisiko ein. Aus ihrer anwaltschaftlichen Funktion heraus, halten sie auch Angebote vor, die sich wirtschaftlich alleine nicht tragen und setzen dazu eigene Mittel, wie zum Beispiel Spenden, Stiftungsmittel, Kirchensteuern und Überschüsse aus freien Mitteln ein. Der Deutsche Caritasverband setzt sich dafür ein, dass innovationsunterstützende Instrumente, wie zum Beispiel Marktanalysen, Kundenbefragungen, betriebliches Vorschlagswesen, Qualitätszirkel und Risikomanagementsysteme, verstärkt in Caritas-Unternehmen angewandt werden.

⁴ Siehe neue caritas 20/2008, S. 31ff.

Förderung von Innovationen innerhalb des Verbandes und über die Verbandsgrenzen hinaus

Die Caritas ist kein Wohltätigkeitskonzern, sondern ein Verband, dem zahlreiche, wirtschaftlich selbstständig agierende Rechtsträger angeschlossen sind. Die Verantwortung für die Finanzierung und Gestaltung der Dienstleistungen liegt damit bei den selbstständigen Rechtsträgern vor Ort, so dass auch innerhalb des Verbandes ein Ideenwettbewerb stattfindet. Gleichzeitig tragen Caritas-Unternehmen auch für die verbandliche Caritas und als Mitgestalter des Sozialstaates Verantwortung. Darüber hinaus sind die Analyse von gesellschaftlichen Problemen, die Erarbeitung von Lösungsvorschlägen sowie das Aufgreifen und Verbreiten von neuen Ideen, die zentralen Aufgaben der Spitzenverbände der Freien Wohlfahrtspflege.

Praktische Erfahrungen mit Innovationen werden innerhalb des Verbandes durch Arbeitskreise, Konferenzen und Tagungen, sowie durch die Förderung und Entwicklung geeigneter spitzenverbandlicher Instrumente, wie zum Beispiel durch bundesweite Benchmarking-Systeme, weitergegeben. Die Förderung von Innovationen über den Austausch und die Weitergabe von praktischen Erfahrungen erfolgt auch über die verbandlichen Grenzen hinweg, zum Beispiel in der engen Zusammenarbeit mit anderen Verbänden der Freien Wohlfahrtspflege, aber auch in Kooperationen mit Akteuren aus der Privatwirtschaft und öffentlichen Institutionen. Die Erfahrungen dienen außerdem als Grundlage für die sozialpolitische Arbeit und sind mit dem Ziel verbunden, innovative Lösungswege sozialrechtlich abzusichern. Der Deutsche Caritasverband sieht Potenzial bei der Intensivierung der Zusammenarbeit mit den verschiedenen Akteuren, um erfolgreiche innovative Konzepte auf schnelleren Wegen bundes- und europaweit zu transportieren.

3. Innovationsstrategien in der Praxis

Innovationen über Projekte

Um Innovationsmanagement erfolgreich zu betreiben, bedienen sich die Unternehmen der Caritas entsprechender Umsetzungsstrategien. Projektarbeit ist eine Möglichkeit, um den Innovationsgrad einer neuen Aufgabe zu erhöhen. Kreative und innovative Ideen können aufgegriffen und unter alternativen Organisationsbedingungen bearbeitet werden. So wird vernetztes Denken und die Bearbeitung von fach- und organisationsübergreifenden Fragestellungen gefördert. Ein Beispiel dafür sind die bundesweiten Jahreskampagnen des Deutschen Caritasverbandes. Sie beleuchten jährlich ein bestimmtes sozialpolitisches Thema, initiieren themenbezogene Projekte und stellen entsprechende Angebote zur Verfügung (z.B. Online-Beratungen). Ein weiteres Beispiel ist das Projekt „Frühe Hilfen in der Caritas“. Unter dieser Überschrift sind bundesweit vielfältige Aktivitäten, Initiativen und Modellprojekte ins Leben gerufen worden, die präventive Unterstützungsmaßnahmen für Familien anbieten.⁵ Projekte bieten außerdem die Chance zeitlich begrenzte, zusätzliche, finanzielle und personelle Ressourcen zu generieren (z.B. über Lotteriemittel oder Stiftungen). Die Schwierigkeit besteht insbesondere darin, nach Abschluss der Projektphase, eine Anschlussfinanzierung zu finden und damit das Projekt in die Regelarbeit zu überführen. Da dies normalerweise mit der Bereitschaft der staatlichen Kostenträger verbunden ist, sind Dokumentationen der Projektergebnisse und Wirkungsevaluationen Voraussetzung für eine dauerhafte Bereitstellung und stabile Finanzierungsgrundlage der Innovation. Die Anschlussfinanzierung ist daher eine große Herausforderung und ist auch von der Flexibilität und der Bereitschaft der politischen Entscheidungsträger abhängig.

⁵ Das Projekt „Guter Start ins Leben“ richtet sich beispielsweise an schwangere Frauen, Mütter und Eltern mit Kindern unter 3 Jahren. An mehreren Modellstandorten werden Beratungsangebote, Hilfestellungen und Entlastung in akuten Belastungssituationen zur Verfügung gestellt.

Innovationen über Kooperationen und Mittlerorganisationen

Über Kooperationspartner und Netzwerkarbeit können Potentiale außerhalb der Organisation genutzt werden. Relevante Akteure, zum Beispiel innerhalb des Verbandes, aus der Freien Wohlfahrtspflege, Kommunen, Wirtschaftsunternehmen, Sozialunternehmer oder Bürger, können als Kooperationspartner gewonnen werden. Durch den Dialog und die Zusammenarbeit werden neue Ideen und Impulse geschaffen, die die Basis für weitere Kooperationsformen und den Ausbau für strategische Partnerschaften und Netzwerke bilden. Ein Beispiel dafür sind soziale Unternehmenskooperationen („Corporate Citizenship“). Im Rahmen ihrer gesellschaftlichen Verantwortung verwirklichen Unternehmen aus der Privatwirtschaft gemeinsam mit der Caritas soziale Projekte. Die Caritas bringt dabei ihr Know-how aus dem sozialen Bereich und der Freiwilligenarbeit ein, um das Engagement der Unternehmen effektiv einzusetzen. Um die Kontaktabahnung zu erleichtern, fördert und unterstützt die Caritas die Arbeit von Mittlerorganisationen, zum Beispiel über den Verbund für Freiwilligenzentren und über das CSR-Kompetenzzentrum der Caritas in Deutschland⁶. Ein weiteres Beispiel ist die Zusammenarbeit mit Sozialunternehmern und neuen Formen von Sozialunternehmen, wie den so genannten „Social Entrepreneurs“, die in der Regel als nicht-gemeinnützige Organisationen gemeinwohlorientierte Zwecke verfolgen und dabei auch Projekte mit der Unterstützung von Trägern der freien Wohlfahrtspflege anbieten. Die Caritas ist offen für Kooperationen mit diesen Akteuren und bietet den Dialog und Austausch von Erfahrungen zur Verbreitung und (Weiter-)Entwicklung guter Ideen und innovativer Ansätze an.

4. Anforderungen an förderliche Rahmenbedingungen für soziale Innovationen

Damit Innovationen überhaupt entstehen können, sind adäquate Rahmenbedingungen erforderlich. Der Deutsche Caritasverband fordert daher innovationshemmende gesetzliche Regelungen abzubauen, unterstützende Maßnahmen für Sozialunternehmen auszubauen und durch geeignete politische Programme und Initiativen ein innovationsfreundliches Klima für die Sozialwirtschaft in Deutschland und Europa zu fördern.

1. Gewährleistung eines innovationsfreundlichen ordnungspolitischen Rahmens für soziale Dienste

Trägerpluralität und die Gewährleistung des Wunsch- und Wahlrechts sind Voraussetzung und gleichzeitig die treibende Kraft für Innovationen in der Sozial- und Gesundheitswirtschaft. Die Rolle des Staates ist es, die Erbringung sozialer Dienstleistungen und den Zugang aller Bürger zu ihnen zu ermöglichen, angemessene Standards zu sichern und Rahmenbedingungen für ein plurales Angebot zu schaffen. In einem solchen Rahmen benötigen Unternehmen der Sozial- und Gesundheitswirtschaft die notwendige unternehmerische Freiheit für Innovationen. Das sozialrechtliche Dreiecksverhältnis ermöglicht eine wettbewerbliche Ausgestaltung der Leistungsbeziehungen, in der die Wahlrechte der Hilfebedürftigen und eine qualitativ gute und kostengünstige Erbringung sozialer Dienstleistungen durch ein plurales Trägerangebot gesichert werden können. Das persönliche Budget kann in geeigneten Hilfefeldern zusätzliche Wahloptionen für hilfeberechtigte Bürgerinnen und Bürger schaffen und damit Innovation zusätzlich befördern.

⁶ Mehr als 50 Freiwilligenzentren der Caritas in ganz Deutschland beraten und vermitteln freiwilliges und ehrenamtliches Engagement von Bürgern und Unternehmen. Das CSR-Kompetenzzentrum mit Sitz in Stuttgart bietet Beratung, Projektbegleitung und Fortbildungsangebote rund um das Thema „Corporate Social Responsibility“ (siehe <http://www.caritas.de/csr>).

2. Verbesserung der Rahmenbedingungen für staatliche Fördermittel und Innovationsbudgets

Projekte sind ein wichtiges Instrument, um innovative Ideen aufzugreifen. Bei der Finanzierung von Projekten sind sozialwirtschaftliche Organisationen oft auf Drittmittel angewiesen. Gerade staatliche Fördermittel, Soziallotterien und Stiftungsmittel sind dabei eine wichtige Einnahmequelle. Zu hohe Hürden bei der Antragsstellung, überbordende Dokumentationspflichten und Verwendungsnachweise führen dazu, dass Mittel nicht in Anspruch genommen werden können oder unverhältnismäßig viele Ressourcen binden. Es muss legitim sein, Risiken im Rahmen von Projekten einzugehen. Da das Ergebnis innovativer Projektvorhaben zwangsläufig offen ist, sind zu detaillierte Anforderungen an die für die Antragsstellung erforderliche Projektbeschreibung und hier insbesondere an das zu erwartende Projektergebnis und Sicherung der Anschlussfinanzierung nicht hilfreich. Darüber hinaus benötigen sozialwirtschaftliche Organisationen auch ein gewisses Maß an Eigenmitteln, um finanzielle Rücklagen für die Entwicklung von Innovationen zu bilden. Der Zugang zu öffentlichen Projektmitteln ist daher zu vereinfachen, und bei der Verhandlung von Leistungsentgelten mit den Kostenträgern ist ein Risikoausgleich bzw. Wagniszuschlag zu berücksichtigen.

3. Abbau von sozialrechtlichen Schnittstellenproblemen und Regelungslücken

Aufgrund der Trägheit von politischen und bürokratischen Entscheidungsprozessen kann der Zeitraum zwischen Innovation und Regelung der Finanzierung so lang sein, dass der Leistungsanbieter dies wirtschaftlich nicht tragen kann. Die Finanzierung neuer Angebote scheitert oft an unterschiedlichen Zuständigkeiten der staatlichen Kostenträger und Regelungslücken. Schnittstellenprobleme in den sozialrechtlichen Regelungen und Abstimmungsprobleme hinsichtlich der finanziellen Zuständigkeit sind gemeinsam zu identifizieren und abzubauen. Ein gewisses Maß an Flexibilität ist einzufordern, um stabile finanzielle Rahmenbedingungen für neue Angebote zu schaffen.

4. Förderung von neuen Kooperationsformen und von regionalen Netzwerken

Netzwerke und Kooperationen dienen der Förderung des Know-how-Transfers zum Thema soziale Innovationen sowie der Verbreitung erfolgreicher innovativer Modelle. Die unterschiedlichen Kooperationsmöglichkeiten (Corporate Citizenship, mehrsektorale Partnerschaften, Social Entrepreneurs) sind durch geeignete rechtliche Rahmenbedingungen zu unterstützen. Zur lokalen Förderung von sozialen Innovationen können Beteiligungsmethoden wie runde Tische oder Zukunftskonferenzen einen wichtigen Beitrag liefern. Voraussetzung dafür ist die Bereitschaft der relevanten Akteure sich zu beteiligen, und verbindliche Absprachen für die konkrete Umsetzung zu treffen. Es ist das ausdrückliche Ziel der Caritas, durch Kooperationen auch Hilfsangebote für dringende soziale Bedarfe zu entwickeln, die (noch) nicht Teil des sozialstaatlich garantierten Regelangebotes sind. Dies unterstreicht die Rolle der Caritas als freier Akteur in der Zivilgesellschaft.

5. Programme zur Förderung von Forschung und Entwicklung in Sozialunternehmen

Im Gegensatz zum Technologiebereich gibt es im sozialen Bereich wenig private Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten. Es sind daher geeignete öffentliche Forschungsrahmenprogramme zur Förderung von sozialen Innovationen zu initiieren. In diesem Zusammenhang begrüßt der Deutsche Caritasverband die geplanten Multistakeholder-Foren des BMFSFJ und der Europäischen Kommission, sowie die Absicht das PROGRESS-Programm der EU mit seinen gegenwärtigen Aktivitäten (Analyse, wechselseitiges Lernen und Beihilfen) im Zeitraum 2014-2020 fortzusetzen und ein spezielles Budget für soziale Innovation und soziale Erprobung zur Verfügung zu stellen.

6. Verbesserung der Wirkungsmessung von sozialen Innovationen

Das Vertrauen in die Innovationskraft und die Innovationstätigkeiten sozialer Anbieter kann auch dadurch gestärkt werden, dass mehr Erkenntnisse hinsichtlich der Wirkung sozialer Dienste gewonnen und für die Öffentlichkeit transparent gemacht werden. Hier sind sowohl die Träger sozialer Dienste und Einrichtungen sowie deren Spitzenverbände, als auch die Hochschulen und wissenschaftlichen Institute gefordert. Es ist erforderlich, verstärkt in die Wirkungsmessung zu investieren und das Bewusstsein für dieses Thema zu stärken. Dies ist aber auch ein Feld für öffentliche Förderprogramme. Fortschritte in diesem Bereich wirken sich mittelfristig positiv auf die Finanzierung von Innovationen in der Sozialwirtschaft aus.

Freiburg/Berlin/Brüssel, 26. April 2012

Deutscher Caritasverband e.V.

Prof. Dr. Georg Cremer
Generalsekretär

Niko Roth
Finanz- und Personalvorstand

Kontakt:

Claudia Siebelt

Referat Sozialwirtschaft
Karlstraße 40
79104 Freiburg
E-Mail: Claudia.Siebelt@caritas.de
Tel. 0761 200 434

Michael Sommer

Berliner Büro
Reinhardtstraße 13
10117 Berlin
E-Mail: Michael.Sommer@caritas.de
Tel. 030 28 444 777

Michael Müller

Hauptvertretung Brüssel
Rue de Pascale 4-6
B-1040 Bruxelles
E-Mail: Michael.Mueller@caritas.de
Tel. +49 (0) 761 200 701
Tel. +32 (0) 2 230 450 0