

Investieren in Sozialunternehmen – Gutmenschentum oder Kapitalanlage?

Unternehmerin und Investorin Dr. Monika Roell über ihr Engagement beim Social Venture Fund

Sie sind Gründungsmitglied des Social Venture Fund, der in Sozialunternehmen investiert. Was genau sind Sozialunternehmen?

Das sind Unternehmen, deren Geschäftszweck in der Lösung sozialer und/oder ökologischer Probleme liegt. Sie gehen diese Lösung auf unternehmerische Art und Weise an – meist mit einem innovativen Geschäftsmodell, das auch eine finanzielle Tragfähigkeit losgelöst von Spenden ermöglicht.

Welches Projekt des Social Venture Fund gefällt Ihnen besonders gut und warum?

Mir persönlich gefällt das Unternehmen Verbavoice in München sehr gut. Eine engagierte Unternehmerin bietet mit ihrem Team für Hörgeschädigte und gehörlose Menschen ein weltweit einzigartiges System zur Erkennung und Darstellung von Sprache in Echtzeit an. Hörgeschädigte erhalten zum Beispiel über ein Mobiltelefon oder ein internetfähiges Netbook das Gesprochene mit hoher Genauigkeit und geringer Zeitverzögerung als Text übermittelt. Sie können somit zum Beispiel einer Vorlesung an einer Hochschule durch Mitlesen folgen. Dadurch ist die Teilnahme von Gehörlosen am öffentlichen Leben deutlich erleichtert.

Wie investiert der Fonds?

Das hängt von dem Bedarf des Sozialunternehmens ebenso ab wie von unserer Aufgabe, die Gelder der Investoren sinnvoll und dabei so risikoarm wie möglich einzusetzen. Unser Ziel ist es, das investierte Kapital zu erhalten, so dass es wiederum für neue Investitionen verwendbar ist. Geld bringen wir in die Unternehmen sowohl durch die

Übernahme von Eigenkapital als auch durch die Gewährung von Darlehen.

Welche Rendite erwarten Sie?

Unser Ziel ist die Maximierung der sozialen Wirkung (der sozialen Rendite). Gleichzeitig wollen wir das Kapital unserer Investoren erhalten und am Ende der Fondslaufzeit wieder zurückzahlen. So ergibt sich ein Kreislauf philanthropischen Kapitals, der für unsere Investoren interessanter ist als das reine Verschenken von Geld.

Wie hoch sind die Verwaltungsaufwendungen, sprich wie viel der investierten Fondsgelder fließt tatsächlich in Sozialunternehmen?

Der Social Venture Fund ist bewusst sehr schlank aufgestellt. Derzeit arbeitet er mit einer Management Fee von 4 Prozent, die sich mit der Höhe des Fondsvolumens reduziert. Eine Performance Fee wird nicht erhoben, da es ja um die Maximierung der sozialen und nicht der finanziellen Rendite geht. Ein wichtiges Detail ist, dass der Fondsmanager, die Social Venture Management GmbH, selbst als Sozialunternehmen aufgestellt ist und eventuelle Überschüsse in den Aufbau der Gesellschaft reinvestiert.

Fällt Ihr Engagement beim Social Venture Fund in die Kategorie „gemeinnütziges Engagement“ oder in die Kategorie „Finanzanlage“?

Als Gesellschafter der Management GmbH sehe ich mein Engagement weder in der einen noch in der anderen Kategorie, sondern als ein unternehmerisches Engagement im sozialen Bereich.



Dr. Monika Roell ist Rechtsanwältin und Unternehmerin. Bis zum Verkauf im Jahr 2008 war sie Inhaberin und Leiterin des Heinrich Hugendubel Verlags. Seitdem beteiligt sie sich national und international an Unternehmen und Projekten mit Schwerpunkt „Social Business“.

Sie sitzen im Investment Committee des Social Venture Fund? Worauf achten Sie bei Neuinvestments?

Wir prüfen anhand von vier Kriterien. Erstens muss die soziale oder ökologische Wirkung anhand festgelegter Kriterien nachvollziehbar und im jeweiligen Tätigkeitsbereich herausragend sein. Zweitens muss das Unternehmen finanziell gesund sein. Das heißt, es sollte das investierte Kapital zzgl. einer vereinbarten Verzinsung zurückzahlen können. Bei Eigenkapitalinvestitionen sollte eine realistische Möglichkeit für einen „Exit“ zu besseren Konditionen bestehen. Drittens sollte das Geschäftsmodell skalierbar sein. Und viertens sollten es Best-Practice-Unternehmen sein. Das heißt, das Geschäftsmodell des Sozialunternehmens soll zu den wirkungsvollsten und effizientesten innerhalb seiner Vergleichsgruppe gehören.

Wie messen Sie den Erfolg der Unternehmen bei der Lösung gesellschaftlicher Probleme?

Soziale Rendite zu messen ist ein schwieriges Unterfangen. Wir prüfen die soziale oder ökologische Leistung der Unternehmen, wenn wir die Due Diligence machen und auch im Zeitverlauf der Investition. Die Ergebnisse erhalten unsere Investoren in regelmäßigen Berichten. Wir messen so viel wie möglich quantitativ – also z.B. wie viele Menschen wurden durch die Dienstleistung des Social Business erreicht, oder wie groß ist die Ersparnis des Staates, die durch die Arbeit des Social Entrepreneurs entsteht. Es gibt aber auch eine ganze Reihe von qualitativen Faktoren, die wir erfassen um ein umfangreiches Bild zu bekommen. Darüber hinaus versuchen wir auch die soziale Rendite eines Social Business mit Non-Profit-Organisationen, die in einem ähnlichen Bereich aktiv sind, vergleichbar zu machen.