

**Selbstbestimmt, unternehmerisch die Welt gestalten.
Vom Erstengagement zur Sozial Unternehmerischen Karriere**

In Deutschland rücken Sozialunternehmer oder Social Entrepreneurs als Problemlöser für gesellschaftliche Herausforderungen zunehmend ins Licht der Öffentlichkeit. An Attraktivität gewinnen Sozialunternehmer dadurch, dass sie soziale und ökologische Probleme auf unkonventionelle, innovative Weise angehen und oft dort Alternativen bieten, wo etablierte Akteure aus Markt, Staat und auch Zivilgesellschaft an ihre Grenzen zu stoßen scheinen.

Mit dem klassischen Unternehmer aus der Wirtschaft teilen Social Entrepreneurs Unternehmergeist, Visionskraft, Pragmatismus, Kreativität und Wille zum Erfolg. Sie sind jedoch gemeinnützig. Unternehmertum ist in unserem Sinne somit mehr eine Haltung als ein Finanzierungsmodell. Je nach Thematik können die Modelle auch Anteile öffentlicher Fördermittel, Stiftungsgeldern oder Spenden integrieren. Dabei stehen für den Social Entrepreneur immer die gesellschaftliche Problemlösung und die positive Wirkung seiner neuen Ideen im Mittelpunkt seines Schaffens. Ziel ist die Ideen zu verbreiten und ihre Wirkung zu erhöhen – und damit gesellschaftliche Innovation zu befördern.

Ein Social Entrepreneur nach Ashoka

Ashoka ist seit dreißig Jahren das größte internationale Fördernetzwerk für Sozialunternehmer. Etwa 3.000 SozialunternehmerInnen in siebzig Ländern - engagierte Frauen und Männer mit neuen und skalierbaren Ideen zur Lösung gesellschaftlicher Probleme – sind Teil unseres Netzwerkes. Ihre Aktivitätsfelder spannen sich von Bildung und Übergang Schule/Beruf über alternative Energiegewinnung und wirtschaftliche Regionalentwicklung bis hin zu klassisch wohlfahrtsstaatlichen Bereichen wie Pflege und Jugendhilfe. Wie zum Beispiel Stefan Schwall der jugendliche Schulverweigerer wieder in die Schule integriert, oder die Internetplattform von abgeordnetenwatch.de, die auf transparentem und einfachem Weg den Dialog zwischen Abgeordneten und Bürgern fördert. Viele derer, die heute ganze Gesellschaftsfelder verändern, waren dabei bereits als junge Menschen aktiv. Sozial Unternehmertum beginnt somit schon in der Jugend und es gilt die Attraktivität in der Öffentlichkeit auch auf das Potenzial in dieser Zielgruppe zu lenken, wenn es darum geht langfristig soziale und ökologische Probleme, auf unkonventionelle, innovative Weise, mit unternehmerisch denken und handeln Personen zu fördern.

Mit diesem Text wollen wir daher mit unseren Erfahrungen zur Debatte um die Weiterentwicklung der Jugendengagement-Landschaft beitragen und Beispiele, Zahlen und eigene Ideen teilen, die den „Karriere“- Weg junger Sozial Unternehmer beschreiben, aufzeigen und fördern können.

Selbstbestimmt, sozial unternehmerische Jugendliche – einige Beispiele

„Wie sieht Deine Zukunft aus?“ fragt Paula (18) ihren Freund Johannes (20). Für Johannes steht die Antwort fest: Er will sein Umfeld aktiv mit gestalten und langfristig durch den Einsatz seiner Fähigkeiten und Talente eine (positive) gesellschaftliche Wirkung erreichen. Schon jetzt lebt er mit seinem eigenen Projekt Kreativität und Unternehmergeist. Er sorgt mit Samenbomben für eine grüne Stadt und organisiert Flash-Mobs zum Konsumwahnsinn der Weihnachtszeit. Melek, Basak und Nasmye (14-16) aus der Solinger Moschee hingegen beschäftigt die Frage wie es ihnen möglich ist, Vorurteile gegen den Islam abzubauen und wie sie aktiv zur Integration beitragen können. In dem Projekt „Kommt rein, bleibt aber draußen“ organisieren sie Gesprächskreise für Jugendliche, in welchem sie über den Islam und ihre Religion aufklären.

Diese Beispiele stehen stellvertretend für hunderte Jugendliche, die sich im Rahmen der Ashoka Jugendinitiative in Berlin, Frankfurt, Friedrichshafen, Potsdam, Solingen und Wuppertal - ähnlich wie in zwanzig weiteren Ländern - zusammengefunden haben, um in kleinen Teams an sogenannten "Dream it. Do it."-Workshops teilzunehmen, ihre Ideen einer Jury vorzustellen, um dann mit bis zu €800 und lokaler Begleitung in der Umsetzung unterstützt zu werden. Die Ashoka Jugendinitiative übersetzt diese Erfahrungen in den eigenen Programmen, erarbeitet methodische Leitfäden und Schulungen und begleitet interessierte lokale Träger, Vereine und Organisationen darin selbstbestimmte Engagementangebote lokal wirkungsvoll zu implementieren und durchzuführen (www.ashoka-jugendinitiative.de).

Selbstbestimmt, sozial unternehmerische Jugendliche – einige Zahlen

-
- 35 Prozent der Jugendlichen sind engagiert
 - 50 Prozent der 14-24 Jährigen würden sich gern engagieren, finden aber keinen Zugang
 - Traditionelle Engagementpfade verlieren Jugendliche
 - Nur 22 Prozent von Jugendlichen mit Migrationshintergrund werden erreicht
-

Zahlen aus Engagementbericht 2009

Johannes, Melek, Basak und Nasmye sind dabei keine Einzelfälle. Alleine Think Big (www.think-big.org), eine Initiative von Telefonica und der Deutschen Kinder- und

Jugendstiftung, hatte in 2012 mehr als 17.000 Jugendliche erreicht und rund 800 solcher Projekte gegründet. Aber auch weitere Projekte mit Partnern aus Unternehmensstiftungen, Wohlfahrtsträgern und kommunalen Akteuren haben in den vergangenen Jahren nicht nur hunderte solcher engagierten Teams gegründet, sondern bewiesen, dass diese Form des selbstbestimmtem Engagements auch Gruppen erreicht, die sich auf die etablierten Engagementpfade nicht einlassen.

Aus unseren Evaluationen mit solchen selbstbestimmten Gruppen geht zum Beispiel hervor, dass 39% der Teilnehmer vorher noch nie engagiert waren, bei 38% der Jugendlichen kommt ein Elternteil nicht aus Deutschland und 64% der Jugendlichen geben an, auch langfristig weiter engagiert zu bleiben. Auch bei Think Big sind die Hälfte der Teilnehmer sozial- und bildungsbenachteiligte Jugendliche. Den Themen, Ideen und Projekten der Jugendlichen sind dabei keine Grenzen gesetzt. Kann die Förderung von selbstbestimmten Engagementangeboten somit eine Möglichkeit darstellen einen zusätzlichen Anteil der engagementinteressierten Jugendlichen (insgesamt ca. 50% der 14-24 Jährigen) für gesellschaftliche Teilhabe zu begeistern?

Selbstbestimmt, sozial unternehmerische Jugendliche – eine Vision

Was wäre, wenn wir jedem Jugendlichen in Deutschland die Möglichkeit geben könnten, sein eigenes Projekt in die Tat umzusetzen? Alle Jugendlichen könnten die Erfahrung machen, durch ihr Projekt die Welt im Kleinen zu verändern? Die teilnehmenden Jugendlichen würden, durch einen nonformalen Lernprozess ihre individuellen sozialen Handlungskompetenzen (u. a. Finanzplanung, Unterstützung finden, Organisation von Veranstaltungen und Events, Führung von und Zusammenarbeit in Teams und Ziele setzen und erreichen) verbessern und dadurch ihre Berufsqualifikationen ergänzen. Sie würden anfangen, sich selbst als Vorbilder zu betrachten, das Image von Engagement in den Zielgruppen positiv verändern und auch die Bereitschaft neuer Zielgruppen für eine längerfristige Beteiligung wecken. Es könnte längerfristig dazu beitragen, die demographischen Hürden in den bestehenden Vereinen zu überwinden und zur Integration der Jugendlichen in unsere Gesellschaft durch aktive Teilhabe an ihrem Umfeld unterstützen.

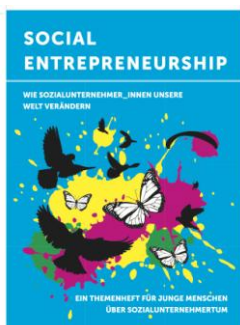
Selbstbestimmt, sozial unternehmerische Jugendliche – was es braucht

Johannes, und gerade auch sozial- und bildungsbenachteiligte Jugendliche, brauchen unterstützende Rahmenbedingungen damit sie für solche selbstbestimmt initiierten, gesellschaftlichen Vorhaben begeistert und im Rahmen der Projekte begleitet und ausgebildet werden. Vergleicht man dazu die bestehenden Ansätze in Deutschland (z.B. die Youth Bank, Youth Changemaker City, Think Big, etc.), so

lassen sich die folgenden methodischen Faktoren als Voraussetzung für eine erfolgreiche Umsetzung solcher Engagementangebote vor Ort festhalten:

- Dauerhaft vor Ort verfügbare und qualifizierte Ansprechpartner mit Expertise in der Aufsuchenden Arbeit
- Methodische Konzepte zur Initiierung, Begleitung und Anerkennung der Jugendgruppen
- Eine lokale Unterstützungs-/ und Netzwerkstruktur (Netzwerke, Experten, Räumlichkeiten etc.)
- Und eine unbürokratische Startfinanzierung von 200-800€ für die Jugendprojekte

Dennoch findet sich eine solche Engagementstruktur nur in vereinzelten kommunalen Zusammenhängen. Die Bertelsmann Studie „Jung Bewegt“ (www.jungbewegt.de) hält zum Beispiel fest, dass die Mehrheit der Kommunen aktuell eine Engagementförderung für Kinder und Jugendliche verfolgt und dass es für eine von Jugendlichen ausgehende Engagementpraxis (selbstbestimmt, projektorientiert) zu einem Paradigmenwechsel kommen muss. Auch wenn sich viele Organisationen der Engagementförderung - Vereine, Träger, Stiftungen, Schulen und Kommunen - als Orte für selbstbestimmtes Engagement gewinnen ließen, fehlt es hier oft an Wissen, an Methoden und an einer Finanzierung für Programme jenseits traditioneller, pädagogischer Arbeit.



Akteure, die innerhalb oder am Rande der Schule mit Kindern und Jugendlichen arbeiten und das Engagement und die Eigeninitiative fördern möchten, finden im Themenheft „Social Entrepreneurship für Jugendliche“ Leitfragen und Beispiele als Anregung zur Entwicklung einer eigener Projektideen im Unterricht, in einer Projektwoche oder einer mehrwöchigen Ag (www.nfte.de/neu-themenheft-social-entrepreneurship; Bestellung bei Christin Heuer: cheuer@ashoka.org)

Beispiel: Leitfaden zur methodische Begleitung von selbstbestimmten Gruppen im schulischen Kontext

So ist es speziell in finanzschwachen Kommunen, mit steigenden Fallzahlen in der Jugendhilfe eine Herausforderung, zusätzliche Finanzierungen für Projekte in der offenen Kinder- und Jugendarbeit, insbesondere für Engagement fördernde Maßnahmen zu Verfügung zu stellen. Damit es lokal zu einer wirkungsvollen kommunalen Engagementlandschaft in schulischen und außerschulischen Kontexten kommen kann, braucht es somit eine finanzielle Unterstützung und die Nutzung von erfolgreich erprobten methodischen Ansätzen vor Ort.

Ein Erfolgsbeispiel dafür ist Solingen. Seit Juli 2011 ist Solingen die vierte Youth Changemaker City in Deutschland. Durch die positiven Erfahrungen in Wuppertal unterstützte die Jugendförderung gemeinsam mit dem Projekt „Steh auf, bewege dich“ der AWO Arbeit & Qualifizierung gGmbH Solingen, den Aufbau von selbstbestimmt aktiven Jugendgruppen. Mit einem minimalen Startaufwand hat die Stadt, gefördert durch die Walbusch-Jugendstiftung, ein nachhaltig kooperierendes, lokales Netzwerk für selbstbestimmtes Jugendengagement aufgebaut, das ca. 500 Jugendliche direkt und indirekt erreicht (www.changemakercity.de)



Netzwerk: Mehr als 8 aktive Partner u.a. Schulen, Jugendförderung, Jugendhäuser, religiöse Einrichtungen, Medienpartnern

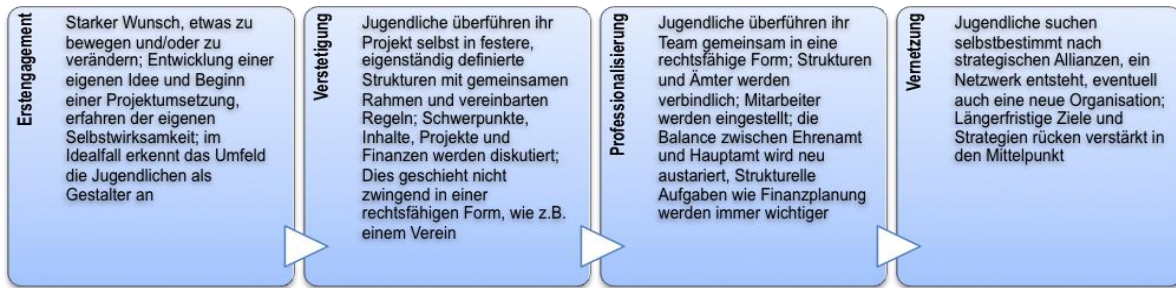
Ressourcen: Vergabe von bis zu max. 800€ Startfinanzierung an 19 Jugendteams mit unterschiedlichen thematischen Schwerpunkten

Begleitung: 4 Jurysitzungen unter Einbindung der Öffentlichkeit, 2 Reisen, 2 Teamtrainings und regelmäßige Treffen

Beispiel: Strukturelle Rahmenbedingungen im außerschulischen Kontext

Selbstbestimmt, sozial unternehmerische Erwachsene – was daraus entstehen kann

Doch Johannes möchte noch mehr. Er möchte langfristig durch den Einsatz seiner Fähigkeiten und Talente eine (positive) gesellschaftliche Wirkung erreichen und ist seit diesem Jahr Gründer seiner eigenen Firma TalTausch: Über eine gemeinnützige Onlineplattform werden Schulbücher, Uni-Bedarf und private Lektüren getauscht. Wie er engagieren sich gerade die Vertreter der „Generation Y“ bis zu ihrem Ausbildungsende in außergewöhnlichem Ausmaß und möchten dies auch während des Berufs - etwa in Form zeitlich befristeter Freistellungen - weiterführen. Dazu reicht eine Förderung des Erstengagements alleine nicht aus und es gilt, eine berufliche Perspektive zu ermöglichen.



Programme, die Jugendlichen in der Professionalisierung ihrer Initiativen unterstützen und bei einem Berufseinstieg begleiten, werden somit für die zukünftige Generation immer wichtiger.

Ashoka richtet sich zum Beispiel mit dem Programm Engagement mit Perspektive (PEP) an junge Menschen zwischen 16 und 27, die für ihr Engagement nachhaltige und wirkungsvolle Strukturen schaffen wollen. Mit Finanzierung, Stipendien (Vollzeit oder Teilzeit), Weiterbildungen und Coaching hilft Ashoka ihnen, unterstützt durch den Software-Konzern SAP, die gesellschaftliche Wirkung ihrer eigenen Projekte zu steigern und sich phasenweise sogar Vollzeit ihrem Engagement zu widmen (www.pep-deutschland.de)

Beispiel: Professionalisierung des Engagements

Finden junge, engagierte Menschen keine finanzielle und berufliche Perspektive in ihrem Engagement folgen sie meist einem klassischen Berufsweg. Hier bevorzugen sie, statt einer langfristigen Karriere, eher einen temporären „Seitensprung“ in andere berufliche Umfelder. Programme, die einen Kurzeinsatz in zivilgesellschaftlichen Organisationen ermöglichen, steigern die Motivation der Mitarbeiter, führen auch hier zu wichtigen nonformalen Lernprozessen und schaffen konkreten Mehrwert bei den sozialen Organisationen

Die Personalberatung Talents4Good bringt Talente und Bedarfe zusammen. Sie vermittelt Fach- und Führungskräfte aus der Wirtschaft für dauerhafte Einsätze in Sozialunternehmen. Auch Unternehmen hilft die Agentur ihre Jobs mit gesellschaftlicher Wirkung mit den richtigen Talenten zu besetzen. Mit Project4Good bietet die Agentur Unternehmen zudem Führungskräfteentwicklung der besonderen Art: Das Team hilft bei der Vermittlung zeitlich befristeter und professionell begleiteter Seitensprünge von erfahrenen Mitarbeitern in kleinen Sozialunternehmen (www.talents4good.org)

Beispiel: „Seitensprünge“ in den Engagementbereich

Es macht somit Mut zu sehen, dass gerade auch die jugendlichen Zielgruppen für ein Engagement begeistert werden können, die bisher durch klassische Engagementpfade nicht erreicht wurden und die entstehenden Programme lassen hoffen, dass es auch zukünftig gelingt, junge Menschen aktiv an unserer Gesellschaft teilhaben zu lassen. Doch es gibt noch viel zu tun! Es braucht vor allem flächendeckende und frühzeitig ansetzende, wirkungsvolle Engagementangebote in schulischen und außerschulischen Kontexten, um das vorhandene Potenzial zu nutzen. Es ist notwendig lokal die dafür fördernden Rahmenbedingungen zu schaffen und deutschlandweite, aufeinander aufbauende und vernetzte Programme zu konzipieren, die es ermöglichen, unsere Gesellschaft – in Vollzeit, Teilzeit, vor, während oder nach der beruflichen Karriere – aktiv mit zu gestalten.

Marlene Hennicke, Programmmanagerin der Youth Changemaker City, unterstützt seit 2011 die Ashoka Jugendinitiative und entwickelt die Youth Changemaker City Projekte in Wuppertal und Solingen.

Kontakt: mhennicke@ashoka.org

Felix Oldenburg ist als Geschäftsführer und Europachef von Ashoka Deutschland für die Entwicklung und Leitung von nationalen und internationalen Programmen zur Förderung von Social Entrepreneurs verantwortlich.

Kontakt: foldenburg@ashoka.org