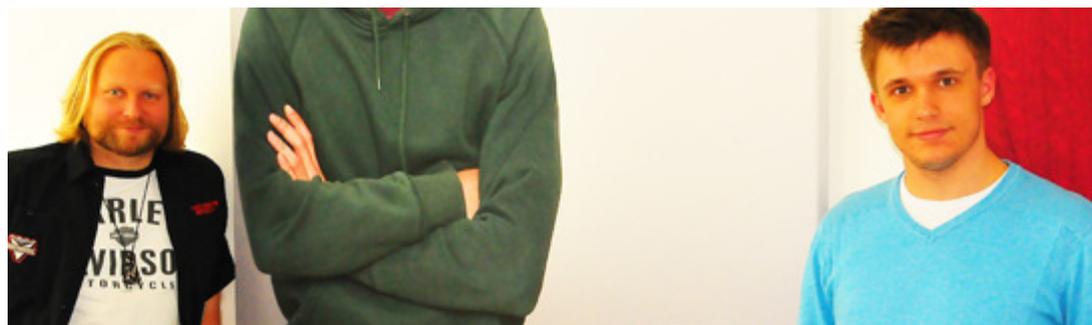


Social Entrepreneurship

Zu Besuch bei AndersGründern



© Christina Moehrle

Christina Moehrle besuchte das im Februar 2014 eröffnete Social Impact Lab in Frankfurt - und kam spontan mit Christian Deiters von [social-startups.de](#) ins Gespräch.

26. Jun 2014 von Christina Moehrle



Im Bild: Torsten Schreiber, Christian Deiters.

An einem sonnigen Samstagvormittag wälzt sich die Masse gierig nach Shopping und Unterhaltung gen Zeil. Fahrende Umherirrende wie ich lassen sich von überaus freundlichen Frankfurter Ordnungshütern die mobile Benutzung der Navigations-App ausreden, während Frühaufsteher genüsslich den ersten Espresso in einem der Straßen-Cafés schlürfen.

Nicht so die Spezies der *AndersGründer*: Wer für *Social Entrepreneurship* brennt, kennt kein Wochenende, findet das Büro im Halbschlaf und lässt sich auch von sommerlichen Temperaturen nicht von seiner Leidenschaft für sozialinnovative Lösungen abbringen.

In der Nähe der Bockenheimer Warte öffnete am 26. Februar 2014 das Frankfurter Domizil der [Social Impact Labs](#) [1] seine Türen. Initiiert von der *Social Impact GmbH* und ihrem Geschäftsführer Norbert Kunz, wird ausgewählten Social Startups hier Gründungshilfe in Form von Garage, Ladekabel und Analysegerät gereicht - siehe auch: ["Inzwischen eine Welle an Bewerbern"](#) [2] (*Interview mit Norbert Kunz*).

Das *AndersGründer*-Programm umfasst dabei Arbeitsumfeld, Coaching und Netzwerk und läuft über zwei Abschnitte à 4 Monate, die von den Startups einzeln zu bestehen sind. Dass die Frankfurter Version dabei deutlich „durchgestylter“ daherkommt als das lockere, mehr improvisiert wirkende Original in Berlin, überrascht mich nicht wirklich. Die lokalen Labs - bislang auch in Hamburg, Leipzig und Frankfurt - verstehen sich als eigenständige Knotenpunkte für werdende Sozialunternehmer und warten mit einem städtespezifischen Mix an Projekten, Unterstützer-Netzwerk und innenarchitektonischem Design auf. Letzteres passt, sinniere ich vor mich hin: Ich fühle mich akut an meine Zeit in der Bankenszene erinnert, keine 10 Kilometer und zwei gefühlte Leben von hier entfernt.

Apropos Leben: Das Labor füllt sich allmählich. Der richtige Moment also, um mir in der Küche einen der *AndersGründer* zu krallen und sein Konzept unter das Mikroskop meiner leidenschaftlichen Neugierde zu klemmen. Christian Deiters ist Gründer und *Chief Executive Officer* (CEO) von [social-startups.de](#) [3], einer Medienplattform, die sich vorgenommen hat, die

„führende Plattform für Nachhaltigkeit und Sozialunternehmertum im deutschsprachigen Raum“ zu werden. So zumindest der erste Schritt, vor der weiteren Expansion, wie er mit einem Lächeln hinterherschleibt - *Think Big*, heißt die Devise. Wir einigen uns schnell auf das sozialunternehmerische Du. Das Duell der schreibenden Zunft kann beginnen.

Social-startups.de versteht sich als Informations- und Inspirationsplattform für und über Social Entrepreneurs - und solche, die es werden wollen. Wieso habt Ihr diese Initiative gestartet?

Christian Deiters: Anton Nagatkin, mein Mitgründer, hat sich gegen Ende des Jahres 2012 auf die Suche nach einer Plattform gemacht, die die Themen *Nachhaltigkeit* und *Deutsche Startups* in Kombination behandelt, und wurde dabei nicht fündig. So entstand die Idee, ein Äquivalent zur *Gründerszene* im Bereich *Nachhaltigkeit* auf die Beine zu stellen. Auch ich hatte mich bereits mit sozialinnovativen Lösungen beschäftigt und war motiviert, dieses Thema umzusetzen. 2 Wochen nach dem Start der Plattform haben Anton und ich uns dann auf *XING* kennengelernt. Perfektes Timing. Er hat mich gefragt, ob ich mitmachen möchte, denn ein solches Projekt ist nur schwer alleine zu stemmen. Ich habe sofort ja gesagt.

Ist es richtig, dass ihr die Plattform neben Job beziehungsweise Studium betreibt?

Ja. Bei uns arbeiten nur ehrenamtliche Redakteure und Autoren. Dadurch steckt sehr viel Herz in unseren Artikeln und wir sind finanziell unabhängig, können unsere Themen also frei wählen.

Welche inhaltlichen Schwerpunkte habt ihr gesetzt?

Unser Ziel ist es, den Bekanntheitsgrad von Sozialunternehmen zu steigern, indem wir die Artikel und Interviews so konzipieren, dass sie eine höhere Wertigkeit erhalten und von anderen Medien aufgegriffen werden. Auch wenn *Social Entrepreneurship* sich langsam zum Trendthema entwickelt: Es ist leider bislang noch nicht sehr präsent in den Köpfen der Menschen.

Liegt das auch an den knappen Budgets der Sozialunternehmen für Werbung und PR?

Das ist sicherlich ein Grund, ja. Wenn eine große deutsche Bank ihre Quartalszahlen vorlegt, dann interessiert das nahezu jeden. Wenn ein kleines *Social Startup* berichtet, das in Uganda für die Verringerung der Umweltverschmutzung eintritt, dann ist das mediale Interesse gering. Der monetäre Gedanke steht bei den Medien noch stark im Vordergrund.

Gibt es ein Beispiel, bei dem euch diese mediale Förderung bereits gelungen ist?

Wir haben vor einiger Zeit über *Compuritas* berichtet, woraufhin die *Huffington Post* den Artikel aufgegriffen und ein Interview mit diesem Startup geführt hat. Das ist für uns der bestmögliche Fall: Wir machen Wirbel für Sozialunternehmer und begeistern andere Medien, ebenfalls über ihre Projekte zu berichten. Auf diese Weise wirken wir als kommunikative Vorstufe. Unser Fokus liegt konsequent auf den Geschichten über die einzelnen Startups, während andere Publikationen eher die umfassenderen sozialunternehmerischen und nachhaltigen Themen beleuchten.

Ihr seid seit März 2014 Teil des Social Impact Lab in Frankfurt. Welche Art von Unterstützung erfahrt ihr hier?

Die beiden Programme im Frankfurter Lab - *AndersGründer* für Sozialunternehmer und *ChancenNutzer* für junge, arbeitslose Menschen mit Migrationshintergrund - werden von der *KfW-Stiftung* und der *JPMorgan Chase Foundation* finanziert. *AndersGründer* bietet uns ein Rahmenprogramm, durch das wir und die anderen teilnehmenden Startups von Gruppen- und Einzel-Coaching profitieren. Die Beratung erfolgt durch externe Experten oder durch Nils Hafa, den Standortleiter des Labs. Darüber hinaus bekommen wir den *Co-Working Space* kostenfrei zur Verfügung gestellt. Das ermöglicht uns neben der nötigen Infrastruktur auch die Vernetzung mit den anderen Sozialunternehmern. Die Chance auf Ideenaustausch finde ich persönlich besonders wichtig, da unterschiedliche Blickwinkel auf ein unternehmerisches Problem enorm hilfreich sind. Auch das Logo des Lab tragen zu dürfen, gibt unserem Projekt ein Qualitätssiegel. Ähnlich vielleicht wie das Label *powered by*. Die *Social Impact Labs* sind auch außerhalb der

Nachhaltigkeitsszene sehr bekannt.

Was ist mit Kontakten für eure Finanzierung? Die Labs besitzen bekanntlich eine eigene Crowdfunding-Plattform: *Social Impact Finance*.

Wir finanzieren uns bislang ausschließlich aus eigener Tasche, betreiben also „Bootstrapping“. Dadurch, dass wir im Lab sitzen, kommen wir aber künftig sicher leichter an Kontakte heran, zum Beispiel auch zur *KfW*, die das Lab-Programm mit finanziert. Das Coaching selbst fokussiert sich eher darauf, wie wir grundsätzlich die passenden Investoren für unser Projekt finden.

Was hat sich durch die Beratung an euren geschäftlichen Plänen geändert?

Sehr viel. Dadurch, dass wir im Lab professionelle Betreuung erhalten, konnten wir unsere Ideen zusammenfassen, eine Meilensteinplanung machen und unser Konzept fixieren. Dieser Schritt war notwendig, da wir das Projekt ja neben unseren Jobs betreiben. Konkret haben wir uns zum Beispiel Gedanken über Einkünfte gemacht, weil wir gerade eine neue Website erstellen und in der Lage sein wollen, auch einmal Werbung auf *Facebook* oder *Google* zu schalten.

Mit anderen Worten: Ihr zielt darauf ab, eigene Umsätze zu generieren, damit ihr wie ein typisches *Social Business* dauerhaft überleben könnt.

Richtig. Wir haben uns zuerst überlegt, welche Komponenten im Medienumfeld überhaupt möglich sind. Für uns umfasst das die Werbung auf unserer Plattform - natürlich mit nachhaltiger Färbung - und ein Job-Portal mit Datenbank. Darüber hinaus kommen Beratungsleistungen infrage. Momentan arbeiten wir zum Beispiel mit *Gründertaxi* zusammen, einer in Wiesbaden sitzenden Consulting-Firma. Dazu gesellt sich das Wissen, das wir in unseren Hauptberufen aufsaugen und das sich in günstige Seminare für Sozialunternehmer einbringen ließe. Und schließlich denken wir über eine Unternehmensdatenbank nach, in der gegen Gebühr sowohl *Social Startups*, als auch Dienstleister für Sozialunternehmer gelistet werden, und durch die wir zum Beispiel auch Daten für Marktforschungsaufträge auswerten könnten.

Ein Freemium-Geschäftsmodell also, sprich: *Free Content* plus kostenpflichtige Premium-Leistungen.

Ja, so kann man es beschreiben.

Das Frankfurter Lab ist erst vor kurzem gestartet und noch nicht vollständig mit Startups besetzt. Wie würdest du deine bisherigen Erfahrungen mit der Ko-Kreation beschreiben?

Wir erleben hier komplett unterschiedliche Projekte, was sehr bereichernd für uns ist. Zum Beispiel gibt es den *Grüner Verlag*, einen nachhaltigen Buchverlag, mit dem wir gemeinsam diskutiert haben, wie man Marketing aufziehen kann. Das öffnet uns einen viel breiteren Horizont als nur mit solchen Menschen zusammensitzen, die ähnliche Projekte wie wir verfolgen. Darüber hinaus zapfen wir untereinander die Kontakte aus unseren Netzwerken an. Es ist wie ein Hub, nur dass das Miteinander unter Sozialunternehmern deutlich ausgeprägter ist, da wir größere Hürden zu überwinden haben als normale Startups. Die Tatsache, dass man für das Gute in der Welt kämpft, schweißt zusammen. Das ist auch in den anderen *Social Impact Labs* so.

Ihr seid bereits einige Partnerschaften eingegangen, zum Beispiel mit *Forum Nachhaltiges Wirtschaften* und der *Huffington Post*. Was ist euer Ziel dabei?

Wir denken, dass es gerade am Anfang einfacher ist, mit Schlüsselpartnern zusammenzuarbeiten statt mit ihnen zu konkurrieren. Bei den genannten Medienpartnern profitieren wir von deren Reichweite und Knowhow und steuern unsererseits als Gastautoren spannende Geschichten über *Social Startups* bei. Auch eine gemeinsame Kampagne könnten wir uns für die Zukunft vorstellen.

Wie sieht angesichts dieser Pläne euer weiteres Finanzierungskonzept aus?

Zunächst wollen wir uns so finanzieren wie bisher, also aus eigener Tasche, auch um uns auf die Geschäftsentwicklung konzentrieren zu können. Danach wäre eine Crowdfunding-Kampagne denkbar. Torsten Schreiber, der Gründer von *bettervest*, ist auch Mitgründer und Teil unseres

Managements, insofern bietet sich dieser Schritt wunderbar an. Weitere Möglichkeiten sind Sponsoring oder Investoren. Vor etwa einem Jahr bekamen wir bereits ein Angebot von zwei Investoren über eine sechsstellige Summe, haben es aber ausgeschlagen.

Warum habt ihr euch dagegen entschieden? Dieses Angebot war doch sicher sehr verlockend.

Das war es tatsächlich. Aber wir wollten nicht riskieren, uns und unser Ziel mit der Plattform zu verkaufen. Wir wollten sicherstellen, dass wir keinen *Mission Drift* erleiden. Wenn wir so früh schon an Investoren kommen können, so unser Gedanke, dann bauen wir lieber die Plattform in Ruhe auf und holen später Investoren gezielt für die Expansion dazu. Impact ist nicht gleich Impact, es gibt auch eine schlechte Variante davon.

Apropos Impact: Nachdem meine Untersuchung unter dem journalistischen Mikroskop beendet ist, stellt mich Christian noch seinem Mitgründer Torsten Schreiber vor. Dieser ist ebenfalls am Samstag ins Lab geeilt, um für *bettervest* und andere Crowdfunding-Kollegen zu eruiieren, wie man das Damoklesschwert gesetzlicher Änderungen abwenden kann, das gerade über der Szene schwebt. Ein weiteres spannendes Thema, denke ich mir sofort, da bleibe ich dran. Dann biege ich noch für einen kompakten 15-Minuten-Pitch in den Besprechungsraum ab, wo Philipp Neub, Co-Founder und COO von *BCB* mir überzeugend erläutert, wie er die Transparenz im afrikanischen Mikrofinanzsektor durch innovative Apps und Analysetools erhöhen will. Ein Schufa für Afrika. Auch das passt irgendwie zu „Mainhattan“.

Eine echt runde Sache, dieses Lab. Für den Moment ist mein Informationshunger gestillt - vorerst, wohlgemerkt. Denn mein Fazit lautet: Wer wie ich von *Social Entrepreneurship* begeistert ist, opfert gerne und regelmäßig einen Samstag, vor allem, wenn er wie hier in Frankfurt jede Sekunde wert ist. Ein Besuch in einem der *Social Impact Labs*? Absolut empfehlenswert.



--- **Christina Moehrle** arbeitet als freie Schriftstellerin, Autorin und Fotografin. Sie war zuvor insgesamt 16 Jahre im Finanzbereich tätig - insbesondere in den Bereichen Private Banking, Structured Products und Venture Capital.

--- Weitere Beiträge von Christina Moehrle:

- [Social Entrepreneurship: "Wikipedia für Bildung" \[4\]](#) (5. Juni 2014)
- [Social Entrepreneurship: Wie sollen sich MOOC finanzieren? \[5\]](#) (28. Mai 2014)
- [Corporate Venture Capital: Das Beste aus zwei Welten? \[6\]](#) (19. Mai 2014)
- [Social Entrepreneurship: Weckruf zur digitalen Bildung \[7\]](#) (30. April 2014)
- [Social Entrepreneurship: "Antithese zum gängigen Wirtschaften" \[8\]](#) (24. Februar 2014)
- [Social Entrepreneurship: Die Deklaration von Straßburg \[9\]](#) (23. Januar 2014)
- [Private Equity: "Schwierige Zeiten für kleine Fonds" \[10\]](#) (5. November 2013)
- [Impact Investing: Das soziale Band \[11\]](#) (29. Oktober 2013)
- [Social Entrepreneurship: "Inzwischen eine Welle an Bewerbern" \[2\]](#) (19. September 2013)
- [Social Entrepreneurship: Der Gipfel der Visionen \[12\]](#) (17. September 2013)

Quellen-URL: <http://www.cfoworld.de/zu-besuch-bei-andersgruendern>

Links:

- [1] <http://frankfurt.socialimpactlab.eu/>
- [2] <http://www.cfoworld.de/inzwischen-eine-welle-bewerbern>
- [3] <http://www.social-startups.de/>
- [4] <http://www.cfoworld.de/wikipedia-fuer-bildung>
- [5] <http://www.cfoworld.de/wie-sollen-sich-mooc-finanzieren>
- [6] <http://www.cfoworld.de/das-beste-aus-zwei-welten>
- [7] <http://www.cfoworld.de/weckruf-zur-digitalen-bildung>
- [8] <http://www.cfoworld.de/antithese-zum-gaengigen-wirtschaften>
- [9] <http://www.cfoworld.de/die-deklaration-von-strassburg>

[10] <http://www.cfoworld.de/schwierige-zeiten-fuer-kleine-fonds>

[11] <http://www.cfoworld.de/das-soziale-band>

[12] <http://www.cfoworld.de/der-gipfel-der-visionen>