

Soziale Investments am unteren Ende der Einkommenspyramide

## Entwicklungsfinanzierung neu gedacht

In vielen einkommensschwachen Regionen dieser Welt spielen sozial motivierte Kleinunternehmer eine wichtige Rolle für die Verbesserung der lokalen Lebensverhältnisse. Diese sind Wegbereiter eines neuartigen Konzepts der Armutsbekämpfung mit Hilfe von Marktmechanismen.

Von Andreas Renner und Till Leopold

**M**arktorientierte Ansätze nachhaltiger Entwicklung finden zunehmend die Beachtung internationaler Hilfs- und Nichtregierungsorganisationen. Ausgangspunkt derartiger Konzepte ist nicht die materielle Armut der Menschen an der Basis der globalen Einkommenspyramide, sondern deren de facto Ausschluss aus dem globalen Wirtschaftssystem. Vielfach ignoriert von den großen Konzernen dieser Welt, werden ihnen die Vorteile von Welt-handel und Globalisierung vorenthalten.

Diese Situation betrifft weite Teile der Bevölkerung in den Entwicklungsländern: je nach Definition bis zu vier Milliarden Menschen. Trotz erheblicher regionaler Unterschiede gibt es vor allem drei wiederkehrende Elemente:

- Ausschluss aus der modernen Weltwirtschaft. Die meisten Menschen in Entwicklungsländern besitzen weder ein Bankkonto noch ein Telefon. Oft leben sie in informellen Siedlungen, ohne jegliche rechtliche Absicherung ihrer Lebenssituation. Vielen fehlt der Zugang zu elementarer Infrastruktur wie sauberem Wasser, sanitären Einrichtungen, Strom und gesundheitlicher Grundversorgung.
- Abhängigkeit vom informellen Sektor. Der Großteil der Menschen am unteren Ende der Einkommenspyramide verfügt weder über eine geregelte Beschäftigung noch über einen Zugang zu geregelten Märkten für ihre handwerklichen und landwirtschaftlichen Produkte. Sie sind abhängig von lokalen Interessengruppen und Mittelmän-

nern, mit geringen Mitteln, sich gegen Ausbeutung zur Wehr zu setzen.

- Versteckte Kosten der Armut. Oftmals zahlen die Armen mehr für grundlegende Güter und Dienstleistungen als Konsumenten der Mittelschicht. Trinkwasser in den Slums von Großstädten kostet oft ein Vielfaches der Preise im Stadtzentrum. Kredite und Dienstleistungen sind nur gegen hohe „Zuzahlungen“ zu erhalten (World Resources Institute 2007).

Dieses Versagen traditioneller Märkte, die – ohnehin bescheidenen – Bedürfnisse von Menschen unterer Einkommenschichten zu bedienen, ist ein wesentlicher Grund für deren prekäre Lebensverhältnisse. Auch stellt es eine verpasste Chance für die soziale Verantwortung von Unternehmen dar. Allerdings verfügen wir inzwischen über hinreichende Kenntnis dieser Märkte und genug positive Erfahrung mit erfolgreichen sozial motivierten Geschäftsideen, von Mikrofinanz und Fairem Handel bis zur stillen „Mobiltelefon-Revolution“ in Afrika, um einen Blick nach vorne zu wagen.

### Finanzierung von Social Entrepreneurs

Dieser marktgetriebene Ansatz nachhaltiger Entwicklung unterscheidet sich in einigen Punkten wesentlich von herkömmlichen Ansätzen der Entwicklungszusammenarbeit. Im Mittelpunkt steht die Suche nach innovativen, an die Bedürfnisse der Zielgruppe angepassten Produk-

ten sowie nach nachhaltigen Geschäftsmodellen, die Einkommen schaffen und Güter und Dienstleistungen zu bezahlbaren Preisen zur Verfügung stellen, zum Beispiel durch neuartiges Verpackungsdesign, Partnerschaft mit Selbsthilfegruppen und Nichtregierungsorganisationen, oder innovative Vertriebs- und Finanzierungswege. Wo immer möglich sollten diese von ausgebildeten Menschen vor Ort gefertigt und in lokale Wertschöpfungsketten eingebunden werden.

Die Zahl kleiner, sozial motivierter Start-ups und Social Entrepreneurs in Entwicklungsländern entwickelt sich rasant. Diese tragen in herausragender Weise zur Bekämpfung der Armut in diesen Ländern bei. Noch werden sie jedoch häufig von herkömmlichen Akteuren, Regierungen und internationalen Finanzorganisationen übersehen. Die Organisationsform solcher Unternehmen ist oft hybrid: Sie sind weder Firmen im konventionellen Sinn noch traditionelle Wohltätigkeitsorganisationen, die sich durch Spenden finanzieren. Der Zugang zu herkömmlichen Finanzmitteln und Kapitalmärkten ist ihnen daher oft in mehrfacher Hinsicht versperrt, denn selbst sogenannte nachhaltige Investmentfonds investieren überwiegend nicht in kleine, nicht börsennotierte Unternehmen (New Economics Foundation 2006).

Auch geht es bei der Förderung von sozialem Unternehmertum nicht um Geld allein. Neben finanzieller Starthilfe benötigen diese häufig Zugang zu Märkten in Industrieländern, technische Expertise und Unterstützung bei der Ausarbeitung eines Businessplans. Damit solche Unternehmen wachsen und ihr Potenzial erfüllen können, bedarf es daher eines mehrdimensionalen Ansatzes.

Nicht zuletzt dank der 2006 mit dem Friedensnobelpreis ausgezeichneten Vorreiterrolle von Muhammed Yunus finden die besonderen Bedürfnisse von auf sozialen Ideen gegründeten Unternehmen zunehmend Gehör bei internationalen Entscheidungsträgern. Mehrere internationale Stiftungen und Entwicklungshilfeorganisationen unterhalten seit Kurzem Investmentfonds speziell zur Unterstützung kleiner und mittelständi-

scher Unternehmen, deren Kerngeschäft die Lebenssituation der Menschen in Armutregionen weltweit verbessern. Ferner verfügen wir zunehmend über eine ganze Palette an Instrumenten, um kleine, sozial motivierte Unternehmen gezielt zu fördern und das Wachstum dieses Marktes voranzutreiben. Nach unserer Ansicht könnte hierbei das Konzept von sich selbst tragenden sozialen Investmentfonds eine entscheidende Rolle spielen. Um eine größtmögliche gesellschaftliche Wirkung zu erzielen, vervielfacht ein solcher Fonds die Wirksamkeit traditioneller Spenden, indem er nach dem Schneeball-Prinzip Rückflüsse aus kommerziell erfolgreichen Projekten in zusätzliche Projekte reinvestiert. Dabei spielen Web-Blogs und Online-Reporting eine immer stärkere Rolle, um die Transparenz und Erfolgsmessung in einem Marktsegment sicherzustellen, das aufgrund der hohen Transaktionskosten von traditionellen Finanzinvestoren in der Vergangenheit bewusst nicht adressiert wurde.

### Innovatives Fundraising

Das Internet und die rasante Entwicklung der Informationstechnologie schaffen heute nie da gewesene Möglichkeiten zur Mobilisierung zivilgesellschaftlicher Kräfte und zur gegenseitigen Selbsthilfe von Menschen rund um den Globus. Webseiten wie der globale Businessplan-Wettbewerb bidnetwork.org, der Mikrofi-

nanzmarktplatz kiva.org oder das Online-Spendenportal betterplace.org vernetzen soziale Projekte direkt mit Tausenden von Menschen weltweit.

Eine Initiative in Südafrika gibt Menschen die Möglichkeit, ihre Rechnung bei elektronischen Transaktionen automatisch um wenige Cent auf den nächsten kleinen Betrag einer sorgfältig geprüften sozialen Organisation in ihrer Gemeinde zugute kommen zu lassen. Ähnliche Initiativen existieren bereits für manche Kreditkarten. Man stelle sich vor, nur ein Bruchteil der Kunden eines großen Strom- oder Telekommunikationskonzerns eines Industrielandes unternähme dasselbe.

Eine kleine Organisation in Hamburg ermöglicht es mittelständischen Firmen, die gerne soziale Zwecke unterstützen würden, aber denen hierzu die Mittel fehlen, im Namen sozialer Projekte einige Lose großer deutscher Lotterien zu kaufen, und diese im Fall eines Gewinns medienwirksam zu spenden. Und die größte Wohltätigkeits-Lotterie der Niederlande sammelt pro Jahr dreistellige Millionenbeträge zur Finanzierung von Nichtregierungsorganisationen. Diese Liste ließe sich beinahe beliebig erweitern (Koch-Weser/ Jacobs 2007).

All diese Initiativen zeichnen sich dadurch aus, dass sie den Einzelnen in die Lage versetzen, mit geringen Mitteln positive gesellschaftliche Wirkung zu entfalten, indem er oder sie seinen eigenen kleinen Beitrag mit dem vieler anderer Menschen vereint.

Gerade durch die langfristige und systemische Wirkung von Initiativen wie den hier skizzierten werden gemeinnützige Organisationen in die Lage versetzt, sich auf ihre Kernaufgaben zu konzentrieren, anstatt ihre Ressourcen mit langwierigen Pro-

jektanträgen, Fundraising und Spenden sammeln aufzureiben.

### Nachhaltige Entwicklungshilfe

Der Leitgedanke, Menschen in Armutregionen als Kunden für marktwirtschaftlich erbrachte Leistungen, die den Ärmsten der Armen zugute kommen, zu betrachten, eröffnet ein weites Feld für neue Ansätze, bei denen Unternehmen, Entwicklungshilfe und zivilgesellschaftliche Organisationen zielführend ineinandergreifen. Dabei geht es nicht darum, alles anders zu machen, sondern mehr zu verlangen. Vielleicht das wichtigste Argument für diesen Ansatz ist der Mangel an Nachhaltigkeit klassischer Entwicklungshilfe. Nur finanziell nachhaltige, sich selbst tragende Konzepte werden auf Dauer in der Lage sein, den berechtigten Bedürfnissen von vier Milliarden Menschen an der Basis der globalen Einkommenspyramide gerecht zu werden.

#### Literatur

Business in Development Network / NCDO (Hrsg.): Venture Capital and Private Equity Funds for Development. Amsterdam 2005.  
 Koch-Weser, M. / Jacobs, W. (Hrsg.): Financing the Future: Innovative Funding Mechanisms at Work. Berlin 2007.  
 New Economics Foundation (Hrsg.): Developing a Social Equity Capital Market. London 2006.  
 World Resources Institute (Hrsg.): The Next 4 Billion - Market size and business strategy at the base of the pyramid. Washington DC 2007.

#### AUTOREN + KONTAKT

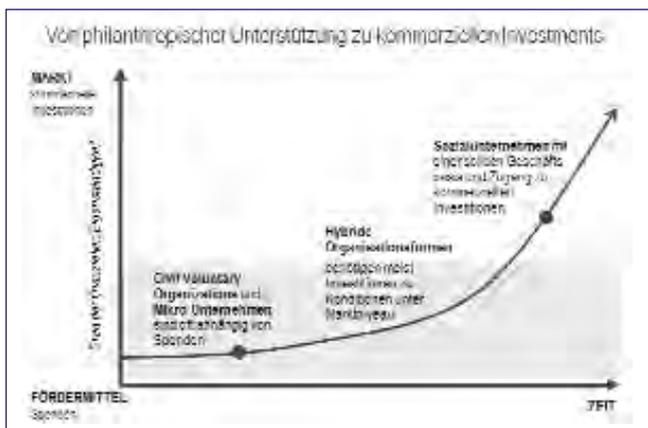
**Dr. Andreas Renner** ist Direktor des Bereichs Development Investments bei The Global Exchange for Social Investment (GEXSI).

GEXSI, Am Festungsgraben 1, 10117 Berlin.  
 Tel.: +49 30 400047640, Fax: +49 30 4000476412,  
 E-Mail: renner@gexsi.org

**Till Leopold** ist wissenschaftlicher Mitarbeiter bei GEXSI.

GEXSI, 1A Birkenhead Street, London WC1H 8BA.  
 Tel.: +44 207 837 6777, E-Mail: leopold@gexsi.org

Abbildung 1: Formen der Unternehmer-Finanzierung



Quelle: GEXSI (2007)

(c) 2010 Authors; licensee IÖW and oekom verlag. This is an article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution Non-Commercial No Derivates License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/>), which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.