

Social Business – die neue Qualität von sozialer Bewegung

Die intelligenteste und effektivste Form von Übernahme von gesellschaftlicher Verantwortung ist für Unternehmen, die aktive Übernahme von gesellschaftlicher Verantwortung von möglichst vielen Menschen zu stärken. Und der intelligenteste Weg dazu ist die Stärkung von Social Business.

Dass ein Unternehmen sein Verhalten immer stärker an Prinzipien des Global Compact oder anderer Standards lokaler und globaler Verantwortungsübernahme ausrichtet, sollte in einer Welt mit dem heute erreichten Interdependenzgrad eigentlich eine Selbstverständlichkeit sein. Aber reicht dies? Haben die Unternehmen damit dann das ihnen Mögliche und das für eine Welt in Balance zwingend Notwendige getan? Sie können und sie sollten im eigenen wie im Gemeinwohlinteresse Entscheidendes mehr tun. Sie sollten Social Business fördern und selbst betreiben.

Was ist mit Social Business gemeint, im Besonderen im Energiesektor?

Social Business ist ein neues Konzept des Friedensnobelpreisträgers und Gründers der Grameen Bank, Prof. Muhammad Yunus, das er seit kurzem weltweit promotet. Social Business soll sich in der Weltwirtschaft als ein zweiter, *ergänzender* Bereich neben dem normalen Business etablieren. Die Unternehmen in diesem Bereich sollen genauso wirtschaftlich arbeiten wie normale Unternehmen. Doch es gibt zwei entscheidende Unterschiede: Die Mission derartiger Sozialunternehmen soll ausschließlich die Lösung von gesellschaftlichen Problemen sein, nicht die Profitmaximierung. Und die Investoren in solche Sozialunternehmen sollen auf spekulative Gewinne verzichten, maximal ein Inflationsausgleich ist denkbar. Der Restgewinn verbleibt im Unternehmen – zur weiteren Mehrung des „sozialen Gewinns“.

Im Energiesektor hat eines der von Yunus gegründeten Unternehmen, „Grameen Shakti“ („Grameen Energie“) vorgemacht, was dies bedeuten kann. Grameen Shakti vergibt in Bangladesh Kredite an besonders arme Familien, damit diese sich ein „Solar Home System“ leisten können. Dieses reicht zur Herstellung des häuslichen Strombedarfs. Die Rückzahlungen sind exakt so getaktet, dass die Familien keinen Cent mehr bezahlen als sie bisher für Energie aus anderen Quellen bezahlt haben. Nach drei Jahren ist auf diese Weise der Kredit abbezahlt – und mindestens fünf weitere Jahre haben sie dann als Solar-Home-System-Besitzer Strom zum Nulltarif. Grameen Shakti hat inzwischen 150.000 solcher Systeme installieren können. Das Social Business Geschäft boomt: Bis 2012 sollen fünf Millionen Menschen erreicht sein.

Warum sollten Energieunternehmen so etwas fördern? Weil dies der intelligenteste Weg ist, die Märkte der heute noch Armen ökonomisch, ökologisch und sozial vernünftig zu entwickeln.

Peter Spiegel

Leiter des GENISIS Institute for Social Business and Impact Strategies gemeinnützige GmbH, 10117 Berlin, Am Festungsgraben 1

www.genisis-institute.org – p.spiegel@genisis-institute.org