

Gutes Geld verdienen

Sozialunternehmer haben häufig schöne Ideen, aber kein funktionierendes Geschäftsmodell. Das ändert sich gerade – durch mutige Kapitalgeber.

Von Jonas Jansen

Je länger der Großvater von Marc Aurel Engels an Demenz erkrankt war, desto schwerer fielen dem Enkel die Besuche. Das Vergessen fraß sich durch den Körper des Großvaters – und Engels gingen die Ideen aus, wie er ihm helfen könnte. Zuerst kam er noch alle zwei Wochen mit einem Stück Kuchen ins Altersheim in der Nähe von Heilbronn, später nur noch alle drei oder vier Wochen. Bis Engels eines Tages sein Tablet dabei hatte und sein Opa plötzlich fokussiert und interessiert war. War das der Schlüssel, um mit dem Erkrankten wieder besser in Kontakt zu kommen? Engels experimentierte zuerst im Pflegeheim des Großvaters, sprach mit Therapeutinnen, Altenpflegern und Ärzten. Dann weitete er sein Projekt aus auf alle 25 angeschlossenen Heime des Unternehmens, das auch seinen Großvater betreut hat. Heute wird Engels besonders für Demenzkranke entwickelte Tablet schon in mehr als 300 Pflegeeinrichtungen eingesetzt.

Das Ziel lautet: Je mehr soziale Wirkung, desto mehr Umsatz – und umgekehrt.

Gemeinsam mit seinem Mitgründer Philipp Gaerte hat Engels mit der Firma Media4Care ein auf dem Androidsystem-basiertes Tablet entwickelt und dafür Inhalte entworfen, zusammengestellt und selbst gefilmt. Mehr als 20 Gigabyte Material sind zusammengelassen: einfache Spiele, kurze Musikvideos, Naturfilme oder auch Videos von alltäglichen Tätigkeiten. Zum Beispiel Reifen flicken, Bier zapfen oder Elfmeter schießen. So unterschiedlich sich Demenz entwickelt, so vielfältig können die Anreize sein, mit denen frühere Erinnerungen von Patienten geweckt werden. Die Pfleger können gemeinsam mit den Demenzkranken das Tablet bedienen. Ein durch und durch soziales Projekt.

Wird aus einem solchen Projekt ein Sozialunternehmen, gibt es häufig ein Problem: Die Ideen stammen vielfach aus einer persönlichen Betroffenheit und dem Drang, etwas Gutes zu tun. Doch meistens sind die Geschäftsmodelle nicht ausgereift oder komplett auf Philanthropie ausgelegt. Was fehlt, sind oft das notwendige Startkapital und eine Strategie

zum Geldverdienen. Die Gründer Engels und Gaerte wollen das anders machen, und ihr Geschäftsmodell hat zumindest das Potential dafür. Das Tablet vermieten sie für 35 Euro je Monat an Pflegeeinrichtungen, enthalten sind darin dann die Versicherung, der Service, Updates sowie Erweiterungen. Media4Care verkauft also eigentlich keine Hardware, sondern das Gesamtpaket für die Pflegeeinrichtungen, die heute selten mit W-Lan und Tablets ausgestattet sind.

Der Markt ist riesig. In Deutschland gibt es rund 1,6 Millionen Demenzerkrankte, von denen knapp ein Drittel in stationären Einrichtungen lebt. Der Staat hält es für sinnvoll, dass es dort Tablets und technische Geräte gibt. Laut gesetzlichem Schlüssel gibt es je Wohnbereich ein Gerät, das heißt ein Gerät für zwanzig Personen. Noch interessanter ist für die Gründer die ambulante Pflege: Dort gibt es nicht nur mehr Betroffene, sondern auch einen lukrativeren Schlüssel – ein Tablet je Person.

Mit ihrer Vision haben Gaerte und Engels bereits einige Investoren und Unterstützer gewinnen können. Durch die Start-up-Förderung des Fernsehsenders Pro Sieben Sat 1 konnten sie sich mit den Medien vertraut machen, die sie auf den Geräten anbieten wollten. Der jüngste Geldgeber kommt selbst aus einem sozialen Bereich: Ananda Ventures hat zwei „Social Venture“ Fonds aufgelegt, mit denen gezielt Sozialunternehmen gefördert werden. „Eine hohe sechsstellige Summe“ hat der Fonds in Media4Care investiert. Generell unterstützt Ananda nie unter 500 000 Euro, bis zu 3 Millionen Euro können im Laufe eines Start-up-Lebens so von den sozialen Investoren zusammenkommen.

Dafür müssen die Unternehmen allerdings einige Bedingungen erfüllen: Sie müssen eine „relevante soziale Funktion“ haben, also nicht bloß einem Gründer bei einem persönlichen Problem helfen. Die Idee muss skalierbar sein, finanziell machbar, und außerdem muss die soziale Wirkung des Unternehmens im Geschäftsmodell inhärent sein. Will heißen: Je mehr soziale Wirkung, desto mehr Umsatz – und umgekehrt. „Der Begriff der Nachhaltigkeit ist inzwischen schon ad absurdum geführt worden“, sagt Johannes Weber, einer der zwei Gründer des Fonds. Das soll ihm mit dem „Impact Investing“ nicht passieren. Die größte Gefahr der Sozialunternehmen sei, dass sie etwas schüfen, was zwar einige wenige brauchten, aber niemand sonst haben möchte. Bislang sieht es danach aus, dass Webers Konzept funktioniert: Der

erste Fonds mit einer Laufzeit von zehn Jahren ist nun im sechsten Jahr, und er liegt über der versprochenen Rendite von 5 bis 6 Prozent. Allerdings brauchen die Investoren Geduld. Der Investmenthorizont ist länger, außerdem schielen soziale Gründer nur selten auf den schnellen und lukrativen Verkauf ihres Unternehmens. Während es in Großbritannien schon mehrere Fonds mit Geld von institutionellen Anlegern gibt, sind die in Deutschland noch zögerlich. Das könnte an der deutschen Ansicht liegen, dass die Lösung sozialer Probleme zuallererst Sache des Staates ist.

Eines der ersten Unternehmen, in die Weber investiert hat, heißt Verbavoice. Es bietet Online-Simultanübersetzungen für Gehörlose und Hörgeschädigte an. In Deutschland gibt es fünfzehn Millionen Menschen mit einer Hörbehinderung, Hörgeräte tragen etwa drei Millionen. Nicht nur der Bundestag und vier Landtage bieten den Service von Verbavoice an, auch auf der Tagung Republica wird mit der Hilfe aus dem Netz übersetzt. Das hat für die Betroffenen einen unschätzbaren Vorteil: Früher mussten Dolmetscher immer am selben Ort sein wie derjenige, der den Dienst in Anspruch nahm. Das geht in Orten wie Hamburg, wo es 200 Simultandolmetscher gibt, noch relativ einfach. In Rhein-

land-Pfalz hingegen muss man bei 16 geschulten Übersetzern schon Glück haben, einen zu bekommen. Da Verbavoice nicht nur auf Konferenzen und Tagungen, sondern vor allem auch gehörlosen Studierenden in der Universität helfen will, setzt sich das Konzept der Online-Helfer zunehmend durch. Besonders beeindruckend findet Geschäftsführerin Susanne Russell ihre blinden Übersetzer. Die hören einen Vortrag und tippen mit bis zu 800 Anschlägen pro Minute mit. Ein sehender Schriftdolmetscher schafft nur 600, eine gute Sekretärin 400 Anschläge.

Die Techniker von Verbavoice arbeiten gerade an einer Integration der Schrift in Datenbrillen. So könnten Gehörlose in Zukunft auch Theaterstücke oder Filme ohne Untertitel live verschriftlicht bekommen. Auch ein großer Fußballverein ist schon interessiert. Laut dem letzten veröffentlichten Geschäftsbericht macht Verbavoice zwar noch keinen Gewinn, aber das Unternehmen wächst.

Fondsgründer Weber sagt, dass sie in ihrer Planung davon ausgegangen seien, dass es nur drei von zehn Unternehmen am Ende nicht schaffen werden. Gewöhnlich ist das Verhältnis genau andersherum. Das Beste aber ist: Bislang hat es noch keinen einzigen Ausfall gegeben. ■



Live zugeschaltet: Das Sozialunternehmen Verbavoice bietet Online-Übersetzung in Gebärdensprache an.

Foto Verbavoice