Gemeinwohlorientiertes Unternehmertum

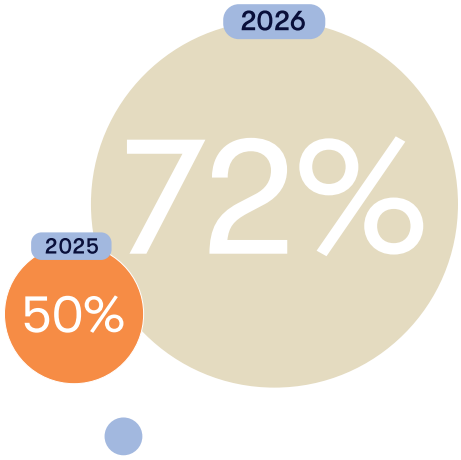
Einschätzung zum aktuellen Stand, Herausforderungen und Perspektiven in der Großregion Karlsruhe und Baden-Württemberg

2026

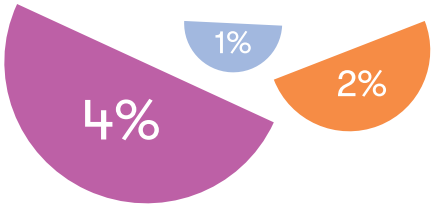
IMPACT HUB Karlsruhe

Erkenntnisse aus 2026 im Überblick

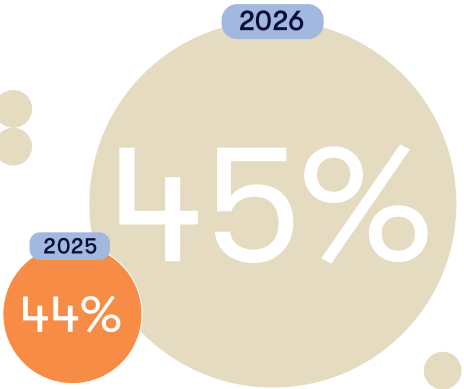
Anteil der Unternehmen, die sich nach außen als gemeinwohlorientiert präsentieren:



Anteil derer, die Gemeinwohlorientierte Unternehmen (GUs) in der Öffentlichkeit als sehr präsent wahrnehmen:



Anteil der Unternehmer:innen, die Angebote zur Begleitung bei der Umsetzung vermissen:



So bekannt sind Unterstützungsangebote für gemeinwohlorientierte Unternehmen:

2025

50%

21%

2026

48% nach regionaler Ausweitung der Umfrage

38%

Gemeinwohlorientierte Unternehmen* Akteur:innen** Konsument:innen

Inhaltsverzeichnis

❶ Vorwort 4 – 5

❷ Der Leitfaden für Gemeinwohl 6 – 7

❸ Gemeinwohlorientierung in der Welt 8 – 9

❹ Sichtbarkeit in Baden-Württemberg 10 – 13

❺ Zentrale Herausforderungen 14 – 19

❻ Unterstützung und Förderstrukturen 20 – 27

❼ Handlungsempfehlung und Fazit 28 – 31

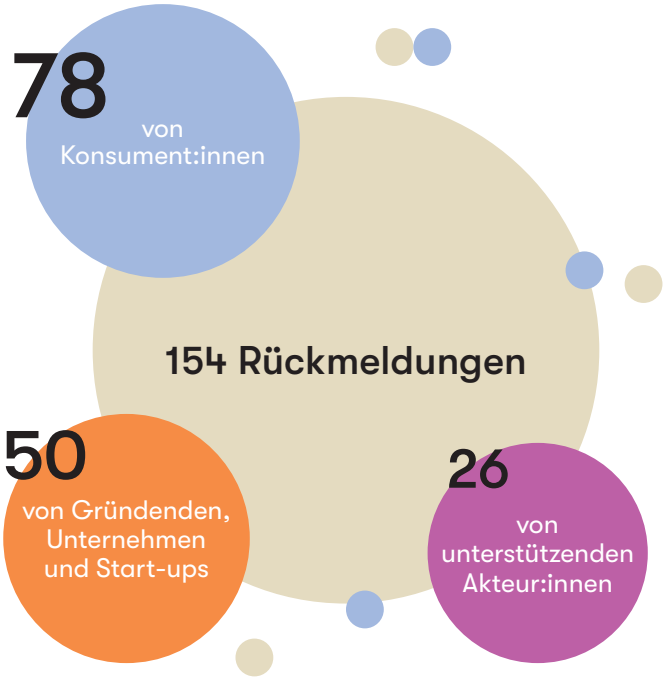
❽ Methodik und Förderprogramm des BMWE 32 – 33



* Zu GUs zählen wir neben Unternehmen auch (gemeinwohlorientierte) Gründungsinteressierte, Gründer:innen, Start-ups und Organisationen.

** Zu Akteur:innen zählen wir Wirtschaftsförderungen, Kammern (IHK), Gründungszentren, kommunale Anlaufstellen (Impact Hubs), Beratungsstellen etc.

Geografische Verteilung und Feedback 2026



Im Vergleich zur letzten Umfrage konnten 2026 deutlich mehr Teilnehmende aus verschiedenen Regionen Baden-Württembergs erreicht werden. Dadurch bildet die Stichprobe die geografische Vielfalt des Landes besser ab und ermöglicht aussagekräftigere Einblicke.

Anzahl der Antworten von:

- GUs*
- Akteur:innen**
- Konsument:innen



* Zu GUs zählen wir neben Unternehmen auch (gemeinwohlorientierte) Gründungsinteressierte, Gründer:innen, Start-ups und Organisationen

** Zu Akteur:innen zählen wir Wirtschaftsförderungen, Kammern (IHK), Gründungszentren, kommunale Anlaufstellen (Impact Hubs), Beratungsstellen etc.

Vorwort

Wie entwickeln sich Gemeinwohlorientierte Unternehmen (GUs) in Baden-Württemberg? Welche Hürden erleben Unternehmen, die unsere Gesellschaft im Fokus haben? Welche Unterstützung wird benötigt? Und wie bekannt ist diese Form des Wirtschaftens? Ebenso wie Politik, Wirtschaft und gesellschaftliche Rahmenbedingungen befindet sich auch Gemeinwohlorientiertes Unternehmertum in einem dynamischen Wandel.

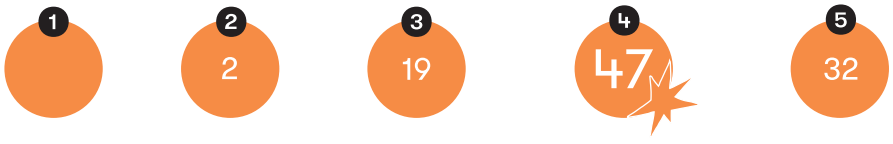
Um diese Entwicklungen sichtbar zu machen, führen wir im Rahmen des bundesweiten Programms „Nachhaltig wirken – Förderung Gemeinwohlorientierter Unternehmen“ durch das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWE) sowie den Europäischen Sozialfonds Plus (ESF Plus) jährlich eine Ist-Analyse in Baden-Württemberg durch. Das Programm unterstützt entsprechende Unternehmen dabei, ihre Wirkung voranzutreiben und nachhaltige Strukturen aufzubauen.

In unserer ersten Befragung 2025 lag der Fokus vor allem auf der Großregion Karlsruhe. Im Mittelpunkt standen die Bekanntheit des Begriffs, die Wahrnehmung von GUs sowie deren Bedürfnisse, auch aus Sicht von Unterstützungsakteur:innen und Konsument:innen. Die aktuelle Studie erweitert diesen Blick nun auf Baden-Württemberg und untersucht, welche Entwicklungen innerhalb eines Jahres sichtbar geworden sind, welche Herausforderungen bestehen bleiben und welche neuen Handlungsfelder sich daraus ableiten lassen.
An der dreimonatigen Befragung nahmen insgesamt 154 Personen teil – darunter Gemeinwohlorientierte Unternehmer:innen, Vertreter:innen von Unterstützungsorganisationen, Gründungs- und Unternehmensberater:innen sowie Konsument:innen. Die meisten Rückmeldungen stammen aus den Regionen Karlsruhe und Stuttgart. Ergänzend wurden die Ergebnisse gemeinsam mit Unterstützungsakteur:innen in einer Fokusgruppe diskutiert und vertieft.
Die Studie erhebt keinen Anspruch auf statistische Repräsentativität. Vielmehr soll sie Entwicklungen, Erfahrungen und Bedarfe verschiedener Akteur:innen sichtbar machen und damit eine fundierte Grundlage für den weiteren Ausbau eines zukunftsfähigen Ökosystems schaffen. Denn weltweit gewinnt Gemeinwohl zunehmend an Bedeutung: Dem *Schwab Foundation for Social Entrepreneurship Annual Report 2024–2025* zufolge wirtschaften 10 bis 11 Millionen Unternehmen gemeinwohlorientiert. Allein in der Europäischen Union beschäftigen sie mehr als 13,6 Millionen Menschen und leisten einen wichtigen Beitrag zu nachhaltigen Innovationen, fairen Arbeitsbedingungen und resilienten Wirtschaftsstrukturen. Gleichzeitig zeigt unsere bisherige Analyse, dass vielen Menschen diese Unternehmensform weiterhin kaum bekannt ist.
Gemeinsam mit unserem regionalen Ökosystem, den deutschen Impact Hubs, den Regionalgruppen der Gemeinwohl-Ökonomie (GWÖ), dem Social Entrepreneurship Netzwerk Deutschland (SEND e.V.) sowie der Plattform für Soziale Innovationen und Gemeinwohlorientierte Unternehmen (SIGU) möchten wir diese Datengrundlage in den kommenden Jahren ausbauen. Mit jeder Erhebung entsteht ein genaueres Lagebild darüber, wie sich GUs entwickeln und welche Rahmenbedingungen notwendig sind, damit sie ihr gesellschaftliches und wirtschaftliches Potenzial entfalten können. Unser Ziel ist es, Entwicklungen langfristig sichtbar zu machen, den Austausch zwischen Unternehmen, Unterstützungsakteur:innen und Politik auf eine belastbare Datengrundlage zu stellen und so dazu beizutragen, Gemeinwohlorientiertes Unternehmertum in Baden-Württemberg gezielt weiterzuentwickeln. Viel Freude beim Lesen und Verstehen!

Der Leitfaden für Gemeinwohl

Die **Sustainable Development Goals** (SDGs) sind die **17 Ziele für nachhaltige Entwicklung** der Vereinten Nationen. Sie wurden 2015 im Rahmen der **Agenda 2030** von allen Mitgliedstaaten verabschiedet und bilden einen Handlungsrahmen für eine nachhaltige Entwicklung auf verschiedenen globalen Ebenen.
Sie verfolgen das Ziel, **Armut zu beenden, unseren Planeten zu schützen, sowie Wohlstand, Gesundheit und Chancengleichheit für alle Menschen der Erde zu fördern.**
Die SDGs richten sich ebenso an Staaten, Unternehmen, Organisationen und die Zivilgesellschaft.
Neben den SDGs wurden außerdem auch die **Inner Development Goals (IDGs)** ins Leben gerufen.
Sie umfassen einen Rahmen, um **Kompetenzen zu entwickeln, die wir alle für eine Mitarbeit zu einer nachhaltigen Entwicklung benötigen.**

Wie würden Sie Ihre Organisation auf einer Skala von 1–5 einordnen?



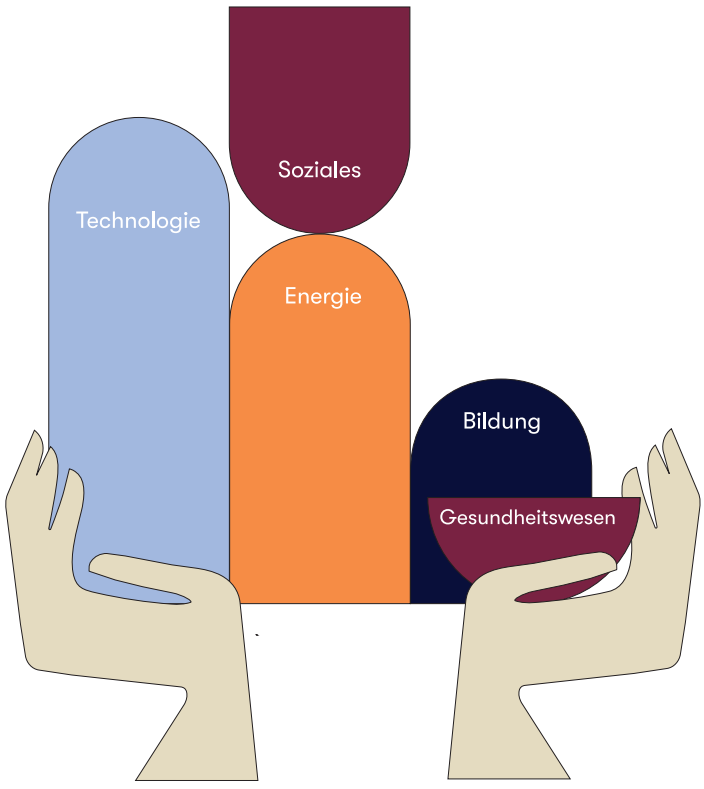
❶ Wir verfolgen ausschließlich finanzielle Ziele, soziale und ökologische Aspekte spielen nur eine untergeordnete Rolle.

❺ Unser Hauptziel sind positive Effekte für Gesellschaft und Umwelt. Finanzielle Gewinne sind klar zweitrangig und dienen vor allem der Kostendeckung.

Welche der folgenden Ziele verfolgt Ihre Organisation / Ihr Unternehmen?

1 Keine Armut	●●●●
2 Kein Hunger	●●●●●
3 Gesundheit und Wohlergehen	●●●●●●●●●●●●●●●
4 Hochwertige Bildung	●●●●●●●●●●●
5 Geschlechtergleichheit	●●●●●●●●●
6 Sauberes Wasser und Sanitärversorgung	●●●●
7 Bezahlbare und saubere Energie	●●●●●●
8 Menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum	●●●●●●●●●●●●●●●●●●
9 Industrie, Innovation und Infrastruktur	●●●●●●●●●●●
10 Weniger Ungleichheiten	●●●●●●●●●●●
11 Nachhaltige Städte und Gemeinden	●●●●●●●●●●●●●●●●●●
12 Nachhaltiger Konsum und Produktion	●●●●●●●●●●●●●●●●●●●●●
13 Maßnahmen zum Klimaschutz	●●●●●●●●●●●●●●●●●●●●●●●●●
14 Leben unter Wasser	●●
15 Leben an Land	●●●●●
16 Frieden, Gerechtigkeit und starke Institutionen	●●●●●●●
17 Partnerschaften zur Erreichung der Ziele	●●●●●●●●●●●●●●●●

An welche Branche richtet sich Ihr Angebot?



Gemeinwohlorientierung in der Welt



10 Millionen Gemeinwohlorientierte Unternehmen/Social Enterprises

Angesichts globaler Herausforderungen wie dem Klimawandel, Armut oder Ressourcenknappheit reicht nationales Handeln allein nicht aus. Gemeinwohl-orientiertes Handeln auf globaler Ebene setzt daher auf internationale Zusammenarbeit und gemeinsame Verantwortung, um nachhaltige Lösungen für aktuelle und zukünftige Generationen zu schaffen.

200 Millionen Arbeitsplätze

Jährlich etwa zwei Billionen US-Dollar Umsatz



Schätzungsweise 156.055 bis 171.568 * Organisationen in Deutschland,

die rund 3 bis 3,4 Millionen Erwerbstätige beschäftigen .*

**Studie zur Verbesserung der Datenlage zu Gemeinwohlorientierten Unternehmen in Deutschland*, SIGU Plattform, April 2025

Chancen von Gemeinwohlorientierung

Die Gemeinwohlorientierung bietet Unternehmen in Baden-Württemberg im Jahr 2026 entscheidende Vorteile. Ein wesentlicher Treiber ist der neue Koalitionsvertrag 2026–2031, der gemeinwohlorientierte Unternehmen und Sozialunternehmen erstmals ausdrücklich als Partner in der Daseinsvorsorge anerkennt und ihre Rolle als resiliente Stabilitätsanker in unserer Gesellschaft stärkt.

1 Strategisches Differenzierungsmerkmal

85% der Gründenden gewinnen laut dem *Green Start-up Report 2026* durch Umwelt- und Sozialaspekte zusätzliche Kunden. **Eine klare Haltung und transparente Kommunikation schaffen Wettbewerbsvorteile.**

2 Hohe Anpassungsfähigkeit

Unternehmen, die sich kontinuierlich mit gesellschaftlichen und ökologischen Herausforderungen auseinandersetzen, entwickeln eine besondere Flexibilität. Sie verfügen über die notwendigen Kompetenzen, um auf **neue regulatorische oder wirtschaftliche Rahmenbedingungen agil zu reagieren** und den Wandel aktiv mitzugestalten.

3 Wertebasierte Beziehungen

Die Orientierung am Gemeinwohl schafft eine Basis für **vertrauensvolle Beziehungen** zu Mitarbeitenden, Kund:innen und regionalen Partnern. In Krisenzeiten führt dieses Vertrauen zu einer **höheren Loyalität** und deutlich **geringeren Abwanderungsraten**, was einen entscheidenden Wettbewerbsvorteil darstellt.

4 Fokus auf GreenTech

Die Fokussierung auf nachhaltige Technologien bietet enorme wirtschaftliche Chancen. Mit einer Bruttowertschöpfung von **26 Milliarden Euro** unterstreicht die Plattform GreenTech BW das Potenzial des Sektors, ökologische Modernisierung mit wirtschaftlicher Stärke zu verbinden.

5 Diversifizierte Erfolgsziele

Unternehmenserfolg wird 2026 nicht mehr allein an Finanzkennzahlen gemessen. Investor:innen suchen zunehmend nach Modellen, die über rein monetäre Renditen hinausgehen. Durch langfristige Zielsetzungen und den Aufbau strategischer Reserven sichern GUs eine **hohe Krisenfestigkeit und Stabilität.**

Hinweis

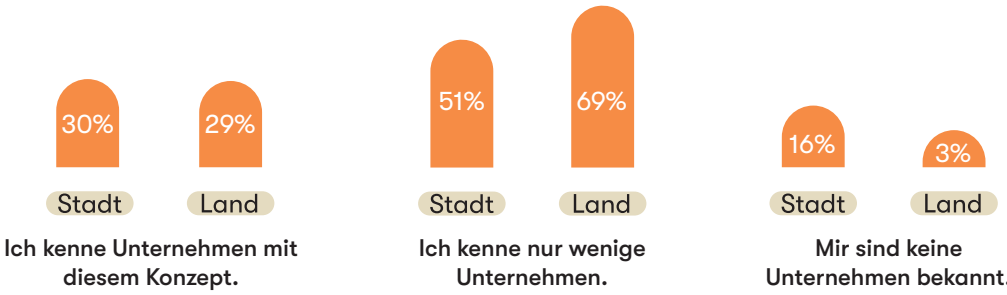
Einordnung verwandter Konzepte

Alle drei Konzepte verfolgen das Ziel, die Gesellschaft zu stärken, allerdings auf unterschiedliche Weise:

1. **Gemeinnützigkeit** muss vom Finanzamt anerkannt werden und wird regelmäßig überprüft. Sie bringt Steuervorteile, verpflichtet aber zur zweckgebundenen, gemeinnützigen Verwendung der Mittel (NABU Deutschland e.V., Tafel e.V.).
2. **Gemeinwohlorientiertheit** beschreibt eine verantwortungsbewusste Ausrichtung, unabhängig von der Rechtsform oder steuerlichen Einstufung (Vaude, Voelkel Bio-Safterei, Einhorn, Ecosia).
3. **Gemeinwohlökonomie** geht einen Schritt weiter und schlägt vor, das gesamte **Wirtschaftsmodell** stärker an Werten wie Nachhaltigkeit, Gerechtigkeit und Kooperation auszurichten und anhand einer Matrix mit konkreten Kriterien zu bilanzieren (von Christian Felber entwickelt).

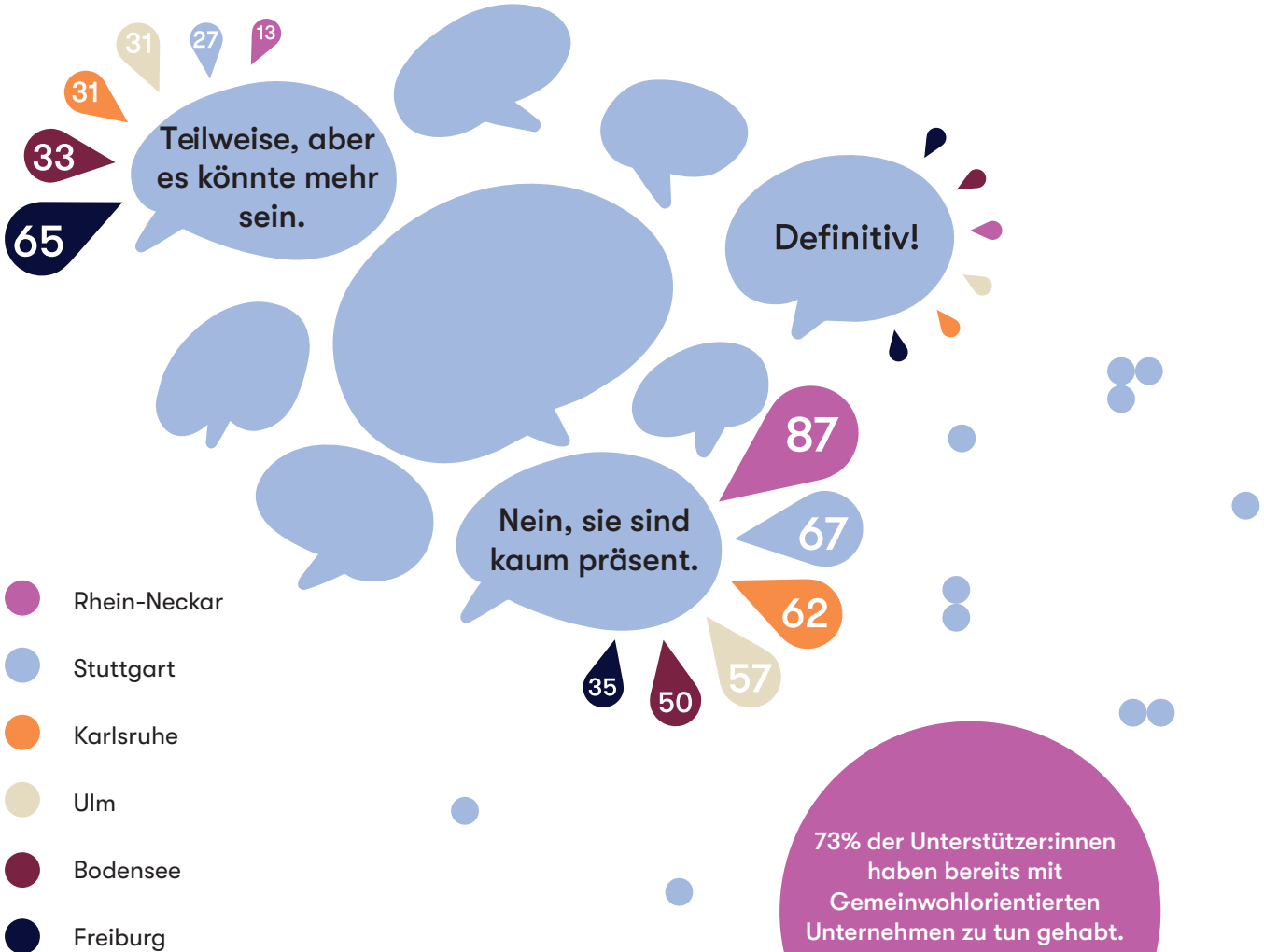
Sichtbarkeit in Baden-Württemberg

Wie nehmen Sie die öffentliche Aufmerksamkeit von Gemeinwohlorientierten Unternehmen wahr?



Ist diese öffentliche Wahrnehmung Ihrer Einschätzung nach ausreichend?*

*Alle Angaben in Prozent



73% der Unterstützer:innen haben bereits mit Gemeinwohlorientierten Unternehmen zu tun gehabt.

Gemeinwohlorientierung bleibt für viele unsichtbar

Nachhaltigkeit ist längst Teil gesellschaftlicher Debatten. Ihre konkrete Umsetzung und ihr gesellschaftlicher Nutzen bleiben jedoch häufig schwer greifbar. Ähnliches zeigt sich bei der Gemeinwohlorientierung: **Obwohl das Bewusstsein für gesellschaftliche Verantwortung wächst, ist der konkrete Mehrwert Gemeinorientierter Unternehmen (GUs) für Viele im Alltag kaum erlebbar.** Dadurch erscheint Gemeinwohlorientierung häufig als abstraktes Ideal statt als sichtbarer Bestandteil der Wirtschaft.

GUs sind in der Öffentlichkeit kaum präsent

Die Ergebnisse bestätigen den Befund aus dem Vorjahr. Bereits 2025 kritisierten fast 70 % der Befragten die geringe öffentliche Präsenz Gemeinwohlorientierter Unternehmen. Auch 2026 geben 62 % aller Befragten an, dass GUs in der Öffentlichkeit kaum sichtbar sind. Dabei unterscheiden sich die Wahrnehmungen je nach Zielgruppe. **Die Sichtbarkeit wird von der Fachcommunity positiver bewertet als von der breiten Öffentlichkeit.** Eine mögliche Erklärung hierfür ist die stärkere Vernetzung innerhalb der eigenen Fachkreise, wodurch Entwicklungen deutlicher wahrgenommen werden als außerhalb dieses Netzwerks.

Zwischen Einstellung und Verhalten besteht eine deutliche Lücke

Besonders deutlich wird die geringe Sichtbarkeit bei Konsument:innen. Rund 67 % nehmen Gemeinwohlorientierte Unternehmen kaum wahr. Gleichzeitig geben sechs von zehn Befragten an, dass Nachhaltigkeit für sie im Alltag wichtig ist. **Dennoch kaufen nur 7 % regelmäßig bei Gemeinwohlorientierten Unternehmen ein. Diese Zahlen verdeutlichen, dass ein Bewusstsein für Nachhaltigkeit nicht zwangsläufig nachhaltiges Konsumverhalten nach sich zieht.** Vielen Menschen fehlen Orientierung, konkrete Informationen und leicht zugängliche Beispiele. Konsument:innen wünschen sich deshalb vor allem mehr Transparenz und nachvollziehbare Nachweise über den gesellschaftlichen Mehrwert der Unternehmen.

Auch die Unternehmen selbst sehen Handlungsbedarf

Die befragten Unternehmen bewerten ihre öffentliche Sichtbarkeit besonders kritisch. **68 % der Gemeinwohlorientierten Unternehmen berichten von einer unzureichenden öffentlichen Präsenz.**
Gleichzeitig zeigt sich ein zusätzliches Problem: Mehr als die Hälfte (52 %) kennt selbst nur wenige andere Gemeinwohlorientierte Unternehmen. Dies deutet darauf hin, dass nicht nur die öffentliche Wahrnehmung, sondern auch die Vernetzung innerhalb des Ökosystems noch ausbaufähig ist.
Unterstützende Organisationen bewerten die Situation etwas optimistischer. Die Hälfte der Befragten nimmt die öffentliche Aufmerksamkeit zumindest als „teilweise vorhanden“ wahr. Dennoch kennt auch in dieser Gruppe rund die Hälfte nur wenige konkrete Praxisbeispiele. **Gemeinwohlorientiertes Unternehmertum ist damit selbst innerhalb der Unterstützungsstrukturen noch nicht ausreichend sichtbar.**

Regionale Unterschiede bleiben deutlich

Die Wahrnehmung unterscheidet sich innerhalb des Bundeslands erheblich. **Zwischen urbanen Zentren und ländlichen Regionen bestehen weiterhin deutliche Unterschiede.** Im ländlichen Raum bewerten 66 % die öffentliche Präsenz als gering, und 69 % kennen nur wenige Beispiele Gemeinwohlorientierter Unternehmen. In Städten liegt dieser Wert mit 51 % deutlich niedriger. Auch zwischen einzelnen Ballungsräumen zeigen sich Unterschiede. Die Metropolregion Rhein-

Neckar wird mit 88 % besonders kritisch bewertet. Obwohl mit dem Mannheim Social Economy Cluster bereits wichtige Unterstützungsstrukturen bestehen, spiegelt sich dies bislang nur begrenzt in der öffentlichen Wahrnehmung gemeinwohlorientierten Wirtschaftens wider. **Freiburg** bildet dagegen eine positive Ausnahme. Dort bewerten 65 % der Befragten die Aufmerksamkeit als zumindest „teilweise vorhanden" – der höchste Wert in Baden-Württemberg. Dies deutet darauf hin, dass lokale Netzwerke rund um den *Grünhof** und kontinuierliche Initiativen die Sichtbarkeit verbessern und langfristig Wirkung entfalten können.

Sichtbarkeit entsteht durch Begegnung

Die Ergebnisse zeigen insgesamt, dass es nicht allein an Informationen fehlt. **Entscheidend sind konkrete Berührungspunkte mit Gemeinwohlorientierten Unternehmen.** Sichtbarkeit entsteht dort, wo Menschen Gemeinwohlorientierung im Alltag erleben, egal ob als Kund:innen, Mitarbeitende oder Kooperationspartner:innen. Entsprechend sehen 66 % der befragten Unternehmen den größten Handlungsbedarf beim Ausbau von Sichtbarkeit und geeigneten Plattformen.

Fazit

Wie bereits 2025 gefordert, **reicht reines Marketing nicht aus.** Damit Gemeinwohlorientierung gesellschaftlich stärker wahrgenommen wird, braucht es **Bildungsangebote, niedrigschwellige Begegnungsformate und eine stärkere Einbindung von GUs in die allgemeine Wirtschafts- und Innovationsförderung.** Erst wenn ihr gesellschaftlicher Mehrwert im Alltag sichtbar und erfahrbar wird, kann ihr volles Potenzial entfaltet und aus der Nische in das „neue Normal" gehoben werden.

* Der Grünhof verbindet Coworking, Events und Hospitality mit verschiedenen Innovationsbereichen wie smart green, dem Social Innovation Lab und Innovation im Mittelstand.



Exkurs

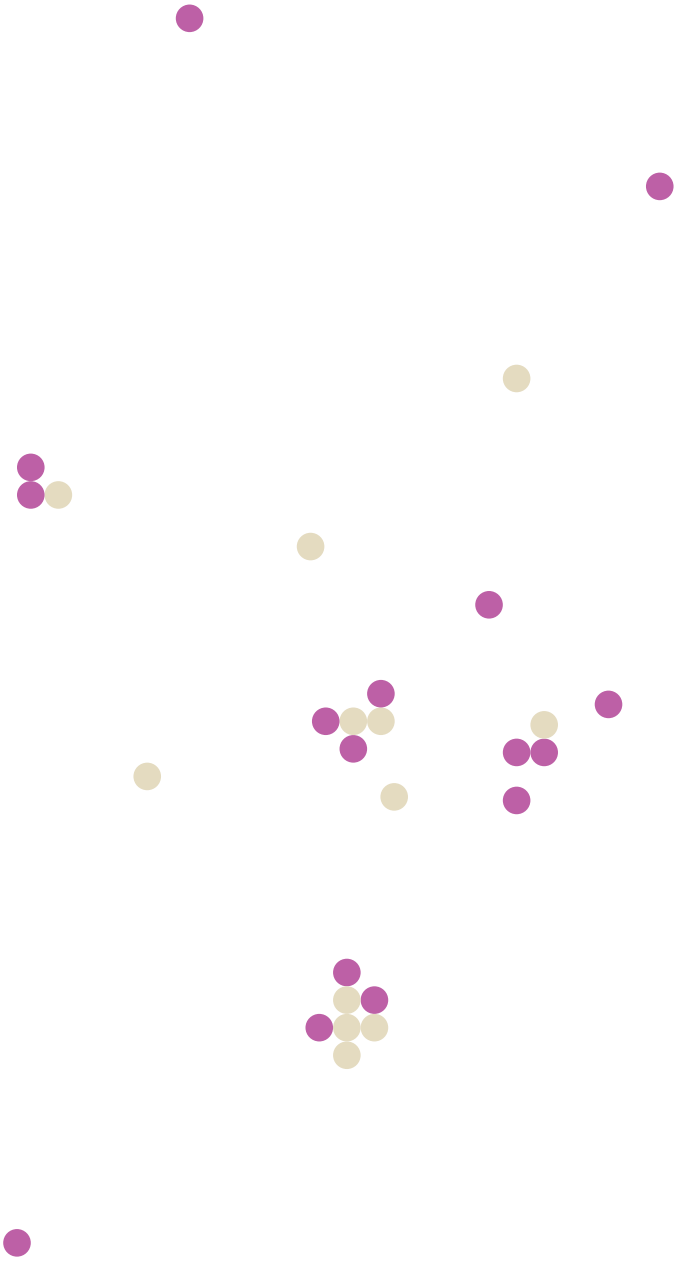
Im Sinne der nationalen SIGU-Strategie und im Einklang mit der Definition der Europäischen Kommission haben Gemeinwohlorientierte Unternehmen folgende Eigenschaften:

- Sinn und Zweck ihrer Geschäftstätigkeit ist es, soziale, ökologische und gemeinwohlorientierte Ziele zu verfolgen.
- Um diese Ziele zu erreichen, werden Gewinne größtenteils reinvestiert.
- Gemeinwohlorientierte Unternehmen zeichnen sich durch ein hohes Maß an sozialer Innovation aus.
- Soziale Innovationen, also neue Ansätze zur Lösung gesellschaftlicher Herausforderungen, werden durch Unternehmensstrukturen gefördert, die Prinzipien wie Mitbestimmung, Beteiligung und soziale Gerechtigkeit verankern.

Zentrale Herausforderungen

Gemeinwohlorientierte Unternehmen (GU) stehen vor einer Vielzahl spezifischer Herausforderungen, die sich je nach Blickwinkel unterschiedlich darstellen. Einerseits stellt die Balance zwischen wirtschaftlicher Tragfähigkeit und Wirkung eine zentrale Herausforderung dar. Andererseits erschweren insbesondere strukturelle Hürden wie Finanzierung, fehlende Beratungsangebote oder ein mangelndes Bewusstsein der Gesellschaft die Entwicklung.

Die Herausforderungen haben sich 2026 in einigen Bereichen verschärft, in anderen differenzierter dargestellt als im Vorjahr. Weiterhin zeigt sich, dass GUs nicht nur mit externen, sondern auch mit internen Faktoren kämpfen, die ihre Entwicklung erschweren. Langfristig wird entscheidend sein, wie gut es gelingt, gesellschaftlichen Mehrwert mit unternehmerischer Anpassungsfähigkeit und Innovationskraft zu verbinden.



Interne Faktoren

1 Nachhaltigkeit zahlt sich wirtschaftlich aus



Dass Nachhaltigkeit und Wirtschaftlichkeit kein Widerspruch sein müssen, bestätigte der *Green Start-Up Report 2026*: 85% der Gründenden berichten von mehr Kund:innen durch Umweltaspekte und 80% von einem höheren Gewinn.

Auch diese Studie zeigt einen Wandel in der Wahrnehmung Gemeinwohlorientierter Unternehmen. Mit der zunehmenden Professionalisierung des Sektors sinkt die Einschätzung, diese Geschäftsmodelle seien wirtschaftlich wenig tragfähig: Bei unterstützenden Akteur:innen von 67 % auf 42 %, bei den Unternehmen selbst von 43 % auf 28 %.

2 Wirkung messen, verstehen und kommunizieren

2026 Berücksichtigen Sie messbare Indikatoren, um Ihre Auswirkungen auf Gesellschaft und Umwelt zu erreichen?



Die zunehmende wirtschaftliche Professionalisierung und gesellschaftliche Bedeutung des Sektors gehen jedoch mit neuen Anforderungen einher. Dazu zählt insbesondere die Fähigkeit, die eigene Wirkung nachvollziehbar zu messen und zu kommunizieren. Während letztes Jahr nur 14% der GUs ihre Wirkung kontinuierlich anhand fester Kriterien gemessen haben, zeigt sich 2026 ein differenzierteres Bild: **Mittlerweile führen weit über die Hälfte der GUs Wirkungsmessung in irgendeiner Form durch – kontinuierlich, jährlich oder nach Bedarf.** Der Deutsche Social Entrepreneurship Monitor (DSEM) 2024 bestätigt diesen Trend: Über 60% der Social Enterprises messen generell ihre Wirkung, fast 30% planen es in Zukunft.

Doch trotz der Veränderung bleiben die Gründe für fehlende oder unvollständige Wirkungsmessung vielfältig. Der Vergleich der Hauptgründe zwischen 2025 und 2026 zeigt: **Aufwand und Komplexität bleiben mit Abstand die größte Hürde, gefolgt von unsicherer Datenlage und fehlendem Wissen,** das laut *DSEM* bundesweit der häufigste Grund dafür ist, dass Sozial-

unternehmen keine Wirkungsmessung durchführen. Andererseits werden Kosten im Vergleich zu 2025 als geringere Hürde wahrgenommen. Möglicherweise, weil kostengünstigere Tools verfügbar sind oder GUs die Ausgaben als langfristige Investition betrachten. Gleichzeitig sehen 40% keinen Grund dazu, da es weiterhin keine Verpflichtung zur Wirkungsmessung gibt.

Externe Faktoren

1 Mehrkosten durch Werteorientierung

Sowohl in der Fremd- als auch in der Eigenwahrnehmung werden Mehrkosten 2026 deutlich häufiger als Problem wahrgenommen. Einerseits erhöhen Inflation und gestiegene Materialkosten die Fixkosten für GUs. Etwa durch faire Löhne oder ökologische Materialien, die oft teurer sind als konventionelle Alternativen. Zusätzlich verteuern fehlende Steuererleichterungen für vermiedene Umwelt- oder Gesundheitskosten die Werteorientierung weiter. Während konventionelle Unternehmen externe Kosten (z.B. Umweltbelastung) oft auf die Allgemeinheit abwälzen können, tragen Gemeinwohlorientierte Unternehmen diese häufig selbst und werden dafür nicht belohnt.

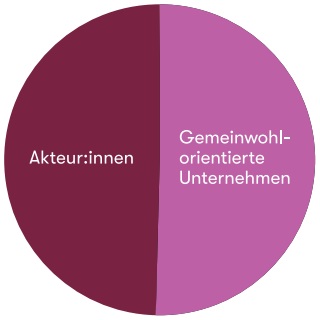
2 Negative wirtschaftliche und politische Gegebenheiten

Die zahlreichen Unsicherheiten der letzten Jahre (multiple Krisen, Kriege und steigende Energiekosten) belasten die Wirtschaft insgesamt. Gemeinwohlorientierte Unternehmen, die tendenziell sowieso höhere Kosten haben, sind davon oft noch stärker betroffen. Das bestätigen sechs von zehn der befragten GUs und die Hälfte der unterstützenden Akteur:innen. Während konventionelle Unternehmen in Krisenzeiten

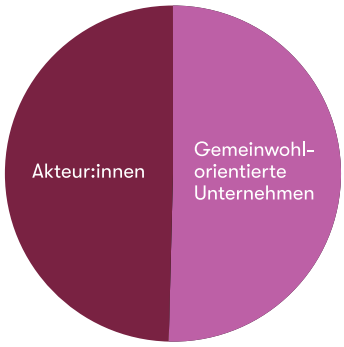
oft auf Kostensenkungen setzen, können GUs dies nicht ohne Weiteres tun, ohne ihre Werteorientierung aufzugeben. Da sie zudem oft weniger finanziellen Puffer haben, treffen sie multiple Krisen oft erheblich.

❸ Erschwerter Zugang zu Finanzierung

2026 Stellt der Zugang zu Finanzierung für Stabilisierung und Wachstum eine Herausforderung dar?



2026 Stellt der erschwerte Zugang zu Startfinanzierung durch langsamere Re-Finanzierung nach Gründung eine Herausforderung dar?



Akteur:innen ebenso wie Gemeinwohlorientierte Unternehmen sind sich einig: Der Zugang zu Finanzierung ist heute sowohl in der Gründungsphase als auch für Stabilisierung und Wachstum besonders anspruchsvoll. Jeweils die Hälfte sieht hier 2026 Handlungsbedarf im Bundesland – ein deutlicher Anstieg zu 2025, als noch knapp ein Viertel diese Hürde benannten.
Die Gründe dafür sind vielfältig, stehen oft miteinander in Zusammenhang und betreffen Stadt und Land gleichermaßen. Klassische Investor:innen sind von Impact-Modellen weiterhin schwerer zu überzeugen, da diese Geschäftsmodelle nicht primär auf kurzfristige Umsatz- und Renditelogiken ausgerichtet sind, sondern Wirkung und längere Refinanzierungszeiträume in den Mittelpunkt stellen. Dadurch bleibt die Startfinanzierung in der Frühphase oft anspruchsvoller als bei konventionellen Unternehmen.
Am meisten fordert GUs jedoch der schwierige Zugang zu Anschlussfinanzierung, etwa für Personal, Infrastruktur oder Skalierung, weil in dieser Phase meist noch nicht genug eigene Mittel vorhanden sind und zugleich weitere Investitionen nötig werden.

❹ Fehlende Wertschätzung von Kund:innen

Der fehlende Zugang zu Konsument:innen ist für die Hälfte der Befragten ein zentrales Problem. Der Mehrwert der Geschäftsmodelle ist häufig noch nicht ausreichend bekannt und erschwert deshalb nicht nur die Ansprache potenzieller Kund:innen, sondern kann sich auch auf deren Zahlungsbereitschaft auswirken.
Fast 60% der befragten Konsument:innen stimmen zu, dass Gemeinwohlorientierte Unternehmen häufig als schlichtweg **zu teuer** wahrgenommen werden.
Und rund 40% befürchten, dass sie als ***alternativ*** oder ***öko*** abgestempelt werden. Dass insbesondere die

→

Preiswahrnehmung eine relevante Hürde darstellen kann, zeigt das Kaufverhalten 2026: **Obwohl sechs von zehn Befragten Nachhaltigkeit als (sehr) wichtig für ihren Alltag einordnen, kaufen nur 7% mehrmals pro Woche bei Gemeinwohlorientierten Unternehmen ein.**

Dieses Bild knüpft an die Ergebnisse des Vorjahres an: Schon 2025 erwiesen sich **Preis, Verfügbarkeit und die geringe Bekanntheit** Gemeinwohlorientierter Unternehmen als zentrale Hürden. Unsere Umfragewerte aus diesem Jahr bestätigen dies und zeigen zusätzlich, **dass Transparenz und Aufklärung dringend notwendig sind:**

- 75% erwarten faire Arbeitsbedingungen und ethische Standards.
- 72% wünschen konkrete Nachweise für deren Nachhaltigkeit und ökologische Verantwortung.

Fazit:

Die Ursachen für die fehlende Wertschätzung liegen nicht in den Produkten oder Dienstleistungen selbst, sondern in ihrer Kommunikation. Konsument:innen sind aufgeschlossen, brauchen allerdings klare Informationen, um den Mehrwert zu erkennen und zu honorieren. Hier könnten stärkere Aufklärungskampagnen helfen, etwa über die konkreten Auswirkungen auf Gesellschaft und Umwelt.

5 Fehlende Unterstützung durch Beratung

Die mangelnde Unterstützung durch Gründungs- und Unternehmensberatungen bleibt eine der größten Hürden für Gemeinwohlorientierte Unternehmen, die Daten zeigen: **GUs nehmen dieses Defizit besonders stark wahr, während Akteur:innen es eher unterschätzen.** 40% der Gemeinwohlorientierten Unternehmen geben an, dass es zu wenig beratende Unterstützung gibt, während nur 8% der Akteur:innen dies als ein Problem sehen. Diese deutliche Diskrepanz könnte darauf hindeuten, dass viele Beratende die tatsäch-

lichen Bedürfnisse dieser Unternehmen nicht kennen oder ihre eigenen Angebote als bereits ausreichend einschätzen. Gleichermaßen sehen GUs (26%) und Akteur:innen (23%) die Fachexpertise von Beratenden seltener als Herausforderung als im Vorjahr.

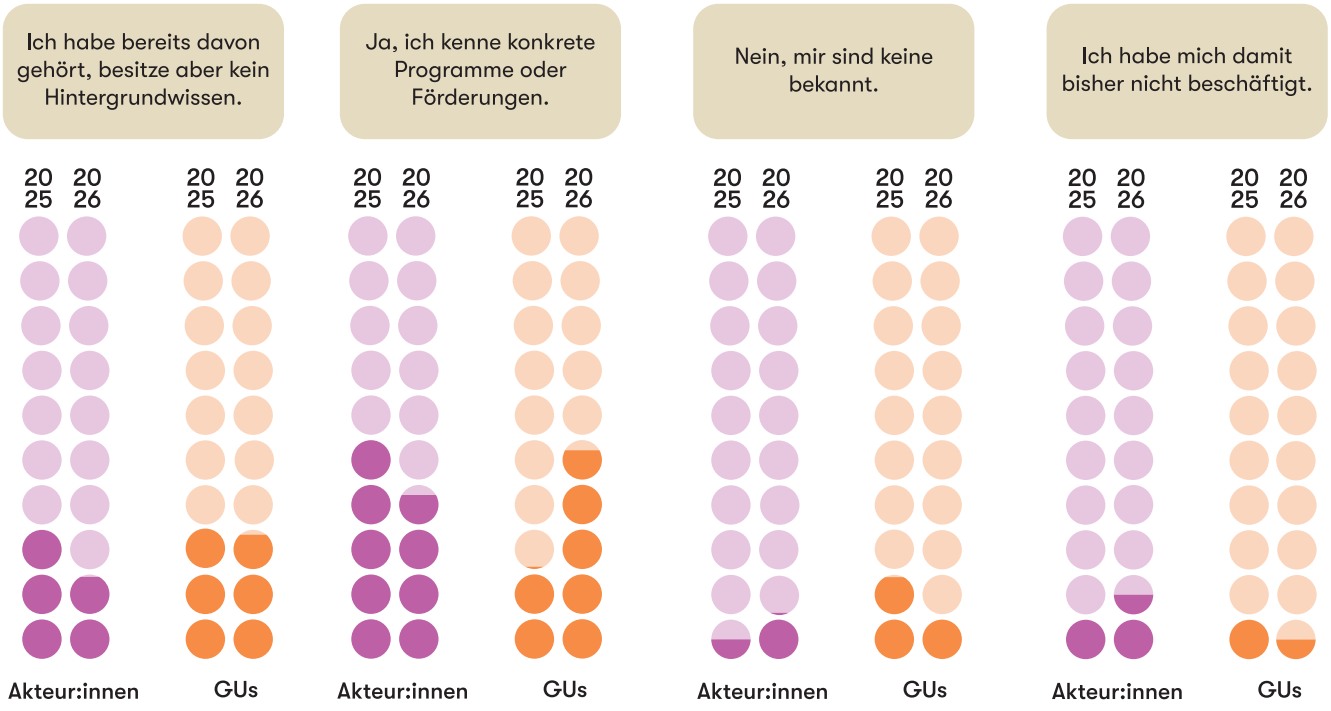
Im regionalen Vergleich aus Perspektive der GUs zeigt sich: **Rhein-Neckar (56%) und Karlsruhe (50%) sind die Regionen, in denen eine Beratungsunterstützung am deutlichsten fehlt. Es gibt zwar etablierte Strukturen (Impact Hub Karlsruhe oder Mannheim Social Economy Cluster), aber offenbar fehlen spezialisierte Angebote.** In Freiburg (33%) ist die Zustimmung niedriger. Möglicherweise, weil hier bewährte Netzwerke (z.B. Grünhof Freiburg) existieren, welche besser und langfristiger unterstützen. Im Stadt-Land-Vergleich wird außerdem deutlich: Gemeinwohlorientierte Unternehmen auf dem Land (50%) nehmen weniger Beratungsunterstützung wahr als solche in der Stadt (37%) in der Stadt. Das deutet darauf hin, dass ländliche Regionen besonders stark von Beratungslücken betroffen sind, da hier oft keine spezialisierten Anlaufstellen existieren.

6 Fehlende Unterstützung von Stadt, Land und Bund

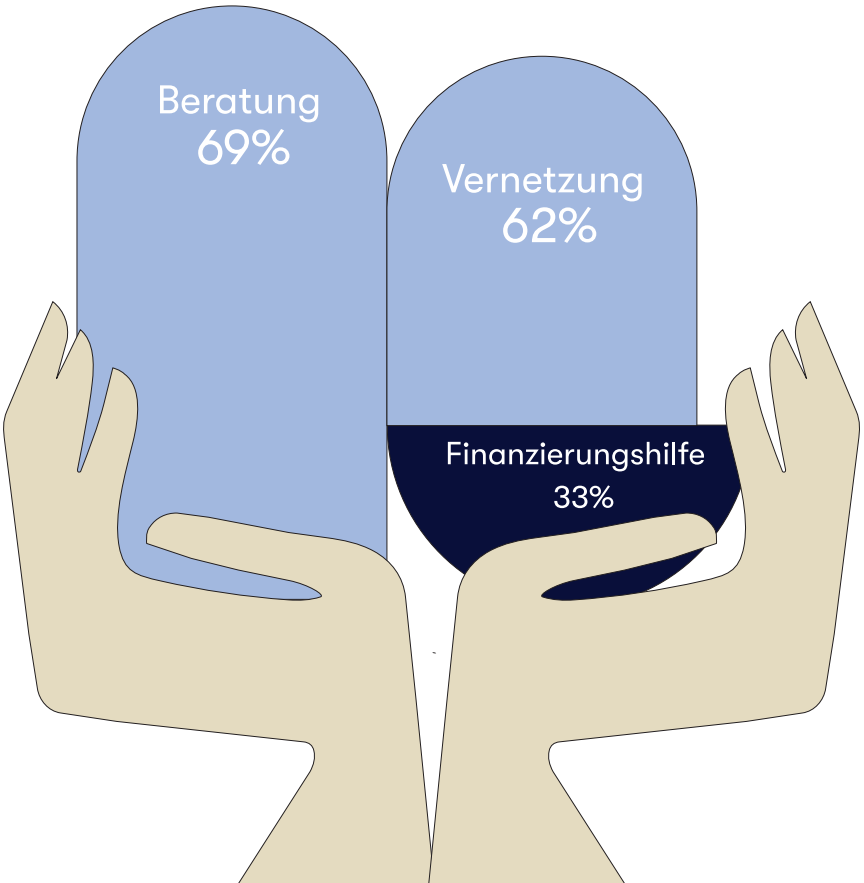
Schon 2025 wurde kritisiert, dass es seitens Stadt, Land und Bund zu wenig Unterstützung gibt. 2026 bestätigt dies nicht nur, sondern zeigt eine deutlich unterschiedliche Wahrnehmung: 38% der Akteur:innen sehen hier Handlungsbedarf, bei Gemeinwohlorientierten Unternehmen sind es beinahe 78%. Das ist ein starker Anstieg zum Vorjahr (48%), als bereits fehlende Wirtschaftsförderung, wenige Programme und geringe politische Sichtbarkeit bemängelt wurden.
In Karlsruhe (91%), Rhein-Neckar (80%) und Stuttgart (80%) wird der Mangel aus Sicht der Unternehmen besonders wahrgenommen. Das könnte daran liegen, dass in diesen Ballungsräumen die Dichte an GUs hoch ist und daher die Nachfrage nach Unterstützung groß – das Angebot aber nicht mithält.

Unterstützung und Förderstruktur

Kennen Sie Unterstützungsangebote, die sich speziell an Gemeinwohlorientierte Unternehmen richten?



In welchen Bereichen haben Sie Unterstützung genutzt?



Mit dem baden-württembergischen Koalitionsvertrag 2026–2031 werden gemeinwohlorientierte Unternehmen erstmals ausdrücklich als Partner für Zukunftsaufgaben wie Arbeitsmarkt, Wohnen und Gesundheit benannt. **Soziale Innovationen werden damit nicht länger als Randthema betrachtet, sondern als Teil zukunftsfähigen Wirtschaftens.** Die Ergebnisse der Erhebung zeigen jedoch: **Zwischen politischer Anerkennung und gelebter Praxis besteht nach wie vor eine wahrnehmbare Lücke.** Zwar wächst die Sichtbarkeit, aber passende Unterstützungs- und Förderstrukturen erreichen viele Unternehmen noch immer nicht.

Mehr Angebote bekannt – aber nicht überall

Immerhin kennt inzwischen fast jedes zweite der befragten Unternehmen konkrete Unterstützungsangebote. Das ist im Vergleich zum Vorjahr (21%) ein großer Fortschritt.
Gleichzeitig zeigt sich bei den unterstützenden Akteurinnen ein anderes Bild: Hier ist der Anteil derjenigen, die passende Angebote kennen, von 50 auf 38% gesunken. **Gerade diejenigen, die Unternehmer:innen auf ihrem Weg begleiten, verfügen also nicht immer über einen vollständigen Überblick über die vorhandenen Möglichkeiten.**

Auch die regionalen Unterschiede werden in unserer Befragung besonders deutlich. Während in Stuttgart rund 60% der befragten Gemeinwohlorientierten Unternehmen entsprechende Unterstützungsangebote kennen, sind es in der Metropolregion Rhein-Neckar 45% und in Ulm lediglich 20%. **Außerhalb dieser größeren Ballungsräume kennt nahezu kein Unternehmen spezifische Angebote.**
Ob man Unterstützung findet, hängt also immer noch stark vom Standort ab. Wer in einem gut vernetzten Ökosystem gründet und wächst, hat deutlich bessere Chancen als Unternehmen auf dem Land.

Besonders groß ist die Unzufriedenheit mit der politischen Unterstützung: 78% der Gemeinwohlorientierten Unternehmen empfinden die Unterstützung durch Kommune, Land und Bund als unzureichend. Das ist ein deutlicher Anstieg gegenüber dem Vorjahr (48%).

Was Unternehmen tatsächlich nutzen

Die Angebote, die genutzt werden, verdeutlichen, was Gründer:innen brauchen: Menschen statt Formulare. Im Mittelpunkt stehen Beratungsangebote (69%), sowie Vernetzung innerhalb des eigenen Ökosystems (62%). Finanzierungshilfen werden dagegen nur von lediglich einem Drittel der Befragten genutzt. Vor allem spielen hierbei Kredite und öffentliche Zuschüsse eine zentrale Rolle.
Alternative Formen wie bspw. Impact Investing (Finanzierung auf Basis von konkreten Wirkungsindikatoren) werden nur wenig in Anspruch genommen. Dabei stehen ein 1:1 Mentoring (71%) an erster Stelle, gefolgt von Umsetzungsbegleitung und gemeinschaftlichen Arbeitsformaten.

Die entscheidende Hürde liegt im System

Die größte Lücke zeigt sich nicht in der Motivation oder den Ideen, sondern in den bestehenden Rahmenbedingungen. Zwei Drittel der Befragten wünschen sich mehr Aufmerksamkeit für gemeinwohlorientiertes Wirtschaften. Vielen fehlt schlichtweg die Bühne, auf der ihre Lösungen sichtbar werden. Hinzu kommt eine verbreitete Sorge, als teueres Nischenangebot wahrgenommen zu werden, obwohl viele dieser Unternehmen gesellschaftliche Herausforderungen effizient und innovativ lösen.

Noch gravierender sind jedoch die strukturellen Hürden bei der Vergabe öffentlicher Mittel.
Der *Deutsche Social Entrepreneurship Monitor 2024*

bestätigt, dass drei Viertel der Unternehmen den Zugang zu Finanzierungen als zentrale Herausforderung erleben. Vielfach erschweren intransparente Vergabeverfahren sowie Kriterien, die kurzfristige Wirtschaftlichkeit über langfristige gesellschaftliche Wirkung stellen, den Zugang. Dadurch geraten innovative Unternehmen gegenüber etablierten Anbietern in den Nachteil, obwohl ihre Lösungen einem innovativem Unternehmen gegenüber etablierten messbaren gesellschaftlichen und ökologischen Mehrwert schaffen.

Ein Lichtblick: Neue Netzwerke entstehen

Gleichzeitig gibt es Entwicklungen, die uns Hoffnung machen. Mit dem bundesweiten Förderprogramm „Nachhaltig Wirken – Förderung gemeinwohlorientierter Unternehmen“ sind in den vergangenen Monaten zahlreiche neue Beratungs-, Qualifizierungs- und Vernetzungsangebote entstanden. Insbesondere digitale Formate ermöglichen erstmals den Zugang zu Expertise und Vernetzung, unabhängig vom Standort und damit auch außerhalb großer Städte.
Diese Entwicklung zeigt, welches Potenzial entsteht, wenn Förderprogramme nicht nur Finanzierung ermöglichen, sondern auch gezielt Wissenstransfer und gegenseitige Unterstützung stärken.

Politische Einordnung: Zwischen GreenTech-Offensive und sozialer Innovation

Mit dem Koalitionsvertrag setzt das Land wichtige Impulse und verfolgt zudem eine klare Strategie für Wachstum, die technologiegetriebene Innovationen gezielt in den Mittelpunkt stellt. Hier nimmt GreenTech eine Schlüsselrolle ein. Mit rund 26 Milliarden Euro Bruttowertschöpfung und fast 200.000 Beschäftigen eröffnet dieser Bereich große Chancen für die ökologische Transformation Baden-Württembergs.

Auf der anderen Seite richten sich die Förderinstrumente vor allem an technologieorientierte Start-ups mit hohem Skalierungspotential.
Viele Gemeinwohlorientierte Unternehmen haben aber andere Schwerpunkte: Ihre Wirkung entsteht häufig lokal, langfristig und gemeinsam mit anderen Akteur:innen – nicht ausschließlich durch technologische Innovation.

Vor allem Selbständige ohne Mitarbeitende, Kleinstunternehmen und Sozialunternehmen fallen dadurch häufig durch bestehende Förderlogiken. Hinzu kommt ein widersprüchliches Bild in der Förderlandschaft. Während der Koalitionsvertrag eine schnellere Gründung verspricht, wurden an anderer Stelle etablierte Unterstützungsinstrumente wie die EXI-Gutscheine eingestellt. Für Gründende bedeutet das faktisch weniger Unterstützung statt mehr.

“Die EXI-Gutscheine – ein wichtiges Instrument zur Gründungsförderung – wurden uns gestrichen, ohne dass eine Alternative geschaffen wurde. Finanzielle Mittel für städtische Programme müssen eingestellt werden, weil die Fördersummen schlicht nicht mehr tragen.”

Matthias Henel, Mannheim Social Economy Cluster

Auch auf Bundesebene zeigt sich ein differenziertes Bild. Mit der Nationalen Strategie für Soziale Innovationen und Gemeinwohlorientierte Unternehmen (SIGU) hat die Bundesregierung bereits 2022 einen wichtigen Rahmen geschaffen, um Gemeinwohlorientierung als Bestandteil der Innovationspolitik zu stärken. Der *SIGU Monitoringbericht von 2025* zeigt, dass zahlreiche Maßnahmen bereits umgesetzt oder angestoßen wurden. Die im Juli 2026 veröffentlichte Start-up- und Scale-up-Strategie verbessert mit Maßnahmen zu Bürokratieabbau, Finanzierung und

Innovation grundsätzlich die Rahmenbedingungen für Gründungen. Gleichzeitig stehen technologie- und wachstumsorientierte Unternehmen im Mittelpunkt. Im Unterschied zur SIGU-Strategie werden Gemeinwohlorientierung und soziale Innovation dabei nicht explizit aufgegriffen. Dadurch besteht das Risiko, dass diese Geschäftsmodelle trotz ihres gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Beitrags im innovationspolitischen Diskurs an Sichtbarkeit verlieren. Auch die Stellungnahme des Bundesverbands Nachhaltige Wirtschaft (BNW) zum Entwurf des Aktionsplan „Nachhaltigkeit für ein modernes und zukunftsfähiges Deutschland“macht deutlich, dass nachhaltige Unternehmen und ihre Innovationskraft künftig stärker in konkrete wirtschaftspolitische Maßnahmen eingebunden werden sollten, damit Nachhaltigkeit nicht nur als Leitbild, sondern als handlungsleitendes Prinzip der Transformation wirksam wird.

Exkurs

Das Land Bremen zeigt seit 2020, wie durch politische Priorisierung eine resiliente Alternativwirtschaft gefördert werden kann. Rund 400 Unternehmen wirtschaften dort alternativ zum Mainstream in Bereichen wie Bildung, Gesundheit, Handwerk und Energie. Diese Unternehmen zeichnen sich durch eine hohe wirtschaftliche Eigenständigkeit und Resilienz aus, da sie diversifizierte Einkommensquellen nutzen und stark in der Zivilgesellschaft verankert sind. Sie leisten wichtige Pionierarbeit für eine sozial-ökologische Transformation, benötigen aber ressortübergreifende politische Aufmerksamkeit, um ihr volles Potenzial zu entfalten und über die Nische hinaus sichtbar zu werden.

Was jetzt den Unterschied macht

Die Ergebnisse machen deutlich: Unternehmen, die sich dem Gemeinwohl widmen, brauchen weniger Sonderbehandlung als faire Rahmenbedingungen. Dazu gehören transparente Vergabeverfahren, die gesellschaftliche Wirkung stärker berücksichtigen, Beratungs- und Unterstützungsangebote, die auch außerhalb der Ballungsräume verfügbar sind, sowie Förderprogramme, die soziale Innovationen als einen gleichwertigen Innovationsmotor anerkennen.
Der Impact Hub Karlsruhe unterstützt deshalb zusammen mit dem Social Entrepreneurship Netzwerk Deutschland unter anderem folgende Weiterentwicklungen:

- Gesellschaftliche Wirkung als verbindliches Kriterium bei öffentlichen Vergaben und Förderungen,
- Ausbau passgenauer Beratungsangebote für Social und Female Entrepreneurship,
- GUs als festen Bestandteil der Innovationsförderung (bspw. in *Start-up BW*) verankern,
- in eigenes Impact-Investing-Fenster im Landes-Zukunftsfonds,
- sowie eine stärkere Einbindung sozialer Innovationen in Reallabore und Transformationsprogramme.

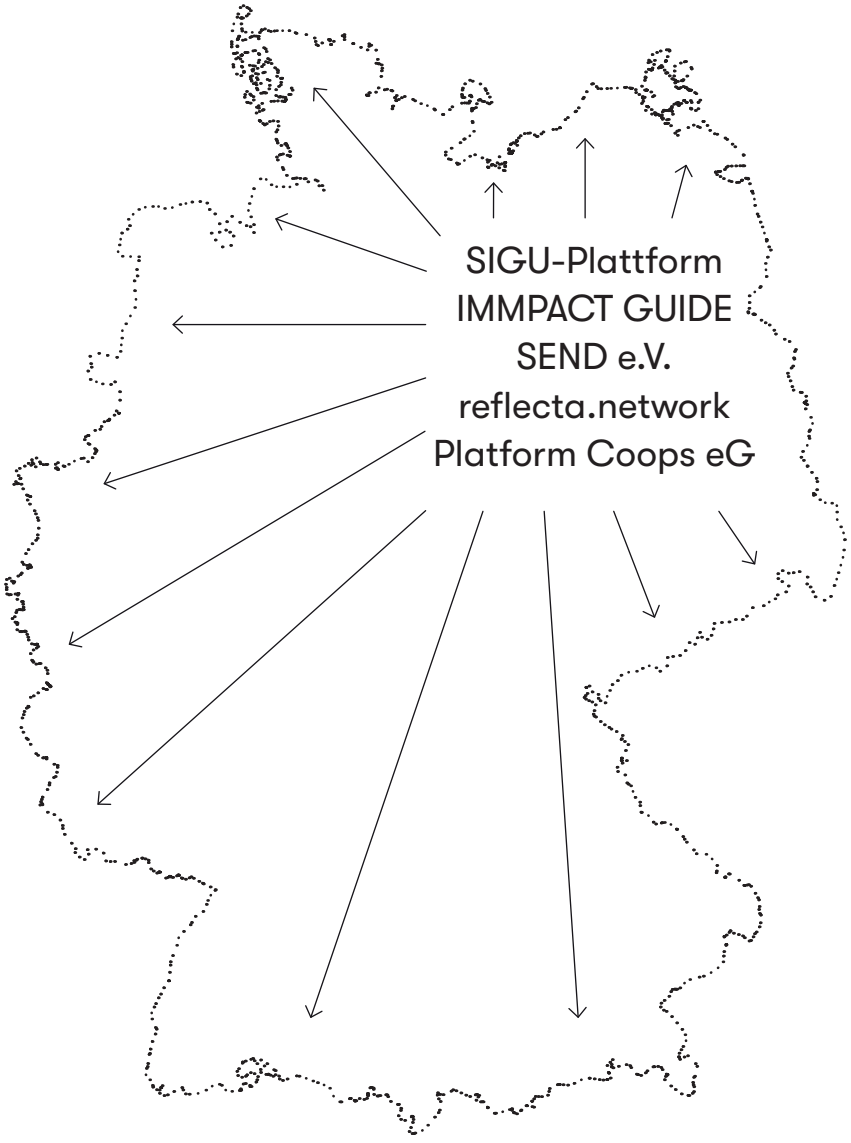
Takeaway

Das Potenzial Gemeinwohlorientierter Unternehmen ist längst sichtbar. Jetzt müssen die Förderstrukturen nachziehen. Baden-Württemberg hat mit dem Koalitionsvertrag die Chance, soziale Innovationen dauerhaft als Teil seiner Innovationsstrategie zu verankern – und damit zu zeigen, dass wirtschaftlicher Erfolg und gesellschaftliche Wirkung gemeinsam Zukunft gestalten. Gleichzeitig braucht es auch auf Bundesebene wieder eine stärkere Verankerung in der allgemeinen Innovations- und Start-up-Politik, damit die Fortschritte der SIGU-Strategie langfristig Wirkung entfalten können.

Gründungswissen, Umsetzung und Support

In Baden-Württemberg und bundesweit gibt es bereits eine Vielzahl von Angeboten für Gemeinwohlorientierte Unternehmen: Von Gründungsberatung über Workshops (z. B. zur Geschäftsmodellentwicklung) bis hin zu Weiterbildungen rund um Wirkung, Finanzierung und Wachstum.

Die folgende Übersicht zeigt einen Auszug relevanter Anlaufstellen:



Bundesweit aktiv

SIGU-Plattform
Bundesweite Beratungs-, Coaching- und Qualifizierungsangebote sowie Förder- und Finanzierungsmöglichkeiten für Soziale Innovationen oder Gemeinwohlorientierte Unternehmen.

IMMPACT GUIDE
Schrittweise Anleitung um Wirkungsmessung und -management in den Phasen Ideenfindung, Gründung, Wachstum und Skalierung zu integrieren und zu verbessern.

reflecta.network
Digitale Plattform zum Austausch, Matching und mit Bildungsangeboten für gemeinwohlorientierte Projekte.

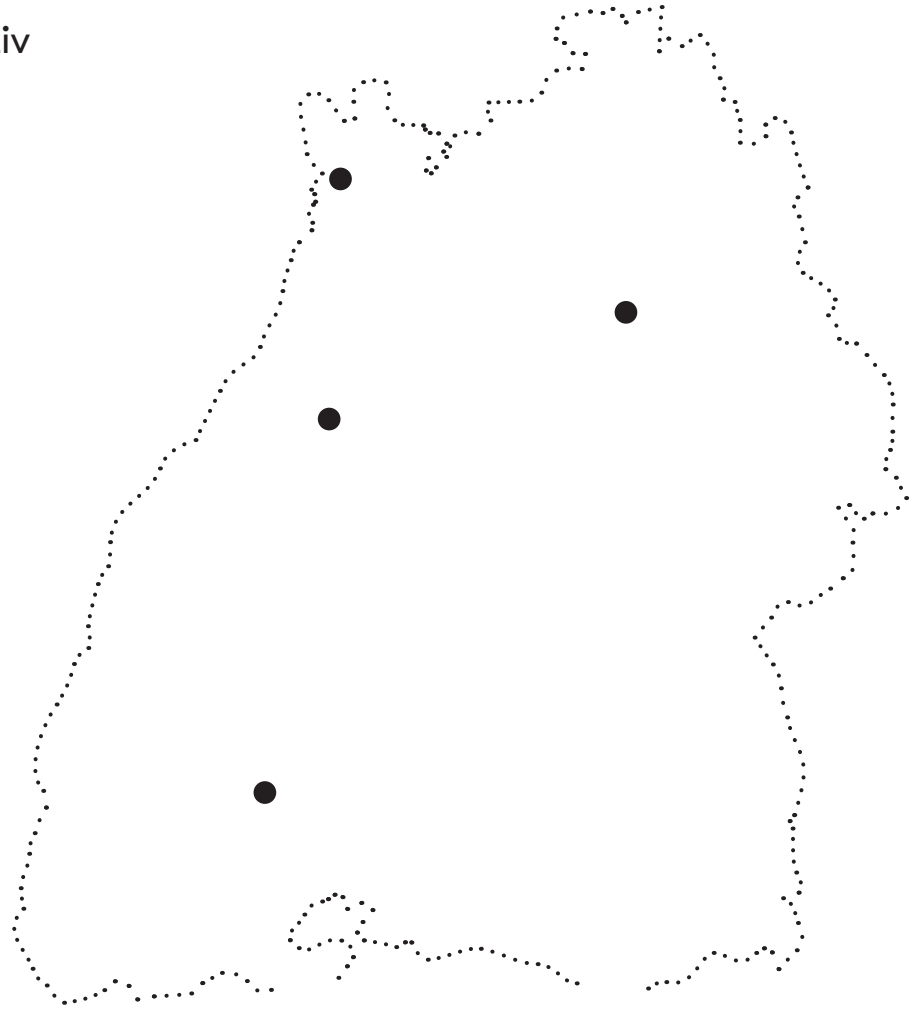
Platform Coops eG
Unterstützung beim Aufbau, Weiterentwicklung und Vernetzung gemeinwohlorientierter und genossenschaftlicher Organisationsformen.

Roots of Impact
Begleitung von Impact-Unternehmen mit wirkungsorientierter Beratung und Finanzierungsansätzen.

SINN-Sachsen
Netzwerk und Wissenshub mit interaktivem Arbeitsheft für soziale Akteur:innen.

SEND e.V.
Nationales Netzwerk für Entrepreneur:innen und soziale Start-ups mit bundesweit 13 Regionalgruppen.

In Baden-Württemberg aktiv



Impact Hubs Karlsruhe und Stuttgart
Ökosystem für nachhaltiges Wirtschaften, soziale Innovation und Events, Programmen und Co-Working für Changemaker. (Auch in München, Dresden, Leipzig, Berlin, Hamburg sowie weltweit rund 120 Standorte.)

Netzwerk Zukunftsfähiges Wirtschaften
Treffpunkt für Akteur:innen in Baden-Württemberg, die an einer sozial-ökologischen Transformation von Wirtschaft und Gesellschaft arbeiten.

Gemeinwohl-Ökonomie BW e.V.
Netzwerk mit 20 Regionalgruppen in Baden-Württemberg (über 200 weltweit) für eine wertebasierte, gemeinwohlorientierte Wirtschaftsweise.

Grünhof Freiburg
Inkubator für Start-ups, Nachhaltigkeit und Kreativszene der Region. Angebote:

- Smart Green Start-up Accelerator
- Greenhouse
- Social Innovation Lab

Start-up BW
Landesplattform für Start-ups mit allgemeinen Förderangeboten wie „Start-up BW PreSeed“.

Mannheim Social Economy Cluster
Wirtschaftsförderung für soziales Unternehmertum und soziale Innovationen.

Green Industry Cluster Mannheim
Netzwerk zur Förderung von GreenTech durch Kooperation, Innovation und Standortentwicklung.

Next Mannheim
Ganzheitliches Start-up-Ökosystem für urbane Innovationen.

Starkmacher e.V.
Plattform für sozial engagierte Freelancer, die projektbasiert arbeiten und eigene Ideen realisieren.

Pro Social Business e.V.
Beratung für kulturell vielfältige Gründer:innen und KMU.

Myzelium
Ökosystem für solidarisch-gemeinschafts-basiertes Wirtschaften auf Basis von Verbundenheit.

Klimawin BW
Managementsystem für klimabewusstes Wirtschaften mit zwölf Leitsätzen, jährlicher Berichterstattung und Vernetzung für Unternehmen in BW.

Nachhaltigkeitsstrategie Baden-Württemberg
Landesweite Initiative zur Förderung einer nachhaltigen Entwicklung durch gemeinsame Projekte von Politik, Wirtschaft und Gesellschaft.

**Eine Übersicht zu allen Angeboten aus dem Förderprojekt „Nachhaltig Wirken“ findest du auf der Website des Projektträgers IBYKUS unter: www.ibykus.de/projekttraeger.
Die Anzahl der Angebote verändert sich laufend, daher sind diese Angaben ohne Gewähr. Für individuelle Empfehlungen stehen wir dir gerne beratend zur Seite.**

Angebote durch den Impact Hub Karlsruhe

Im Förderzeitraum noch bis November 2027 kostenfrei

Arbeitssprint

Vor Ort oder digital (variiert)

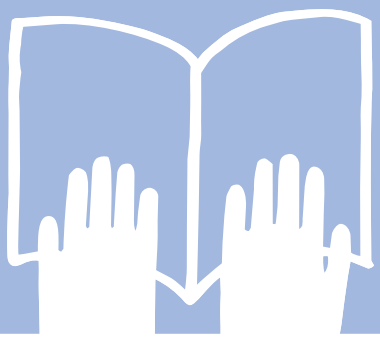
Gute Ideen brauchen nicht nur Input, sondern einen Rahmen, in dem sie im Austausch klarer und umsetzbarer werden.
Im Sprint entwickelst du dein Vorhaben gemeinsam mit anderen Schritt für Schritt weiter.
Das Angebot richtet sich an Menschen mit einem gemeinwohlorientierten, wirkungsorientierten oder zukunftsfähigen Vorhaben in Schärfung, Validierung oder Umsetzung.

- Klare Struktur und Fokuszeit
- Methodische Impulse und praktische Tools
- Austausch mit Anderen
- Arbeit an deinen nächsten Schritten

Insgesamt gibt es fünf Sprints im Jahr mit 3×3 Sessions zu verschiedenen Themenbereichen

Mut zur Wirkung

Unser Arbeitsheft „Mut zur Wirkung“ begleitet dich dabei, Fragen rund um Gemeinwohl, Selbstständigkeit und Gründung zu erkunden. Mit kurzen Übungen und Impulsen unterstützt es dich dabei, Ideen zu entwickeln und weiterzudenken. Ergänzt wird unser Heft in Zukunft durch eine E-Learning-Plattform mit weiteren Inhalten und Materialien.



Impact Sprechstunde

Für gemeinwohlorientierte Gründungs-interessierte, Gründer:innen und Start/ Scale-ups.

Termin à 60 Minuten, vor Ort oder online. Kostenfrei.

- Gründung und Rechtsform
- Geschäftsmodell und -plan
- Wirkungsmessung und -logik
- Community und Zielgruppen-Zugang
- Kommunikation, PR und Design

Netzwerktreffen

Viermal im Jahr laden wir zu unserem kostenfreien Netzwerktreffen ein. Im Pro Action Café entwickeln wir gemeinsam praxisnahe Ideen und Lösungen für aktuelle Fragestellungen. Wir freuen uns auf alle, die sich austauschen, vernetzen und neue Ideen mitnehmen möchten.

- Pro Action Café
- Spannende Kooperationspartner und Impulse
- Neue Perspektiven
- Kontakte knüpfen und Netzwerk stärken

Handlungsempfehlung

Für Akteur:innen und Unterstützer:innen

Angebote bedarfsgerecht weiterentwickeln

Gefragt sind praxisnahe Formate wie Mentoring, Arbeitssprints und individuelle Begleitung, insbesondere zu Finanzierung, Wirkungsmessung und Kommunikation.

Unterstützungslandschaft regional stärken

Angebote sollten flächendeckend sichtbar und zugänglich sein. Insbesondere außerhalb der Ballungsräume braucht es stärkere regionale Netzwerke und Anlaufstellen.

Finanzierungskompetenz ausbauen

Gründungsberatungen sollten stärker zu alternativen Finanzierungsformen qualifiziert werden, um GUs gezielt beim Kapitalzugang unterstützen zu können.

Sichtbarkeit gemeinsam erhöhen

Durch gemeinsame Kommunikationsmaßnahmen, Best Practices und Erfolgsgeschichten kann das Verständnis für gemeinwohlorientiertes Unternehmertum gestärkt und die Nachfrage erhöht werden.

Zusammenarbeit intensivieren

Wirtschaftsförderungen, Hochschulen, Netzwerke und Politik sollten ihre Angebote stärker verzahnen und gemeinsame Strategien entwickeln, um ein leistungsfähiges Unterstützungsökosystem für Gemeinwohlorientierte Unternehmen aufzubauen.

Für Gemeinwohlorientierte Unternehmen

Wirkung strategisch nutzen

Wirkungsmessung sollte nicht nur Förderanforderungen erfüllen, sondern gezielt für Kommunikation, Finanzierung und Unternehmensentwicklung eingesetzt werden. Praxistaugliche Methoden helfen, den Aufwand gering zu halten.

Netzwerke aktiv nutzen

Persönliche Vernetzung bleibt ein zentraler Erfolgsfaktor. Der Austausch mit anderen GUs und Unterstützungsakteur:innen eröffnet Kooperationen, Wissenstransfer und neue Entwicklungsmöglichkeiten.

Finanzierung breiter aufstellen

Da klassische Finanzierungswege oft nur bedingt passen, sollten alternative Instrumente wie Impact Investing, Stiftungen oder Crowdfunding frühzeitig in die Finanzierungsstrategie einbezogen werden.

Gemeinwohl sichtbar machen

Der gesellschaftliche Mehrwert sollte stärker kommuniziert werden. Eine verständliche und positive Außendarstellung stärkt Vertrauen, Sichtbarkeit und Wettbewerbsfähigkeit.

Fazit

Unsere Ergebnisse zeigen ein differenziertes Bild in der Entwicklung Gemeinwohlorientierten Unternehmertums in Baden-Württemberg. Unterstützungsangebote sind bekannter geworden, das politische Interesse nimmt zu und immer mehr Unternehmen sowie Unterstützungsakteur:innen beschäftigen sich mit Gemeinwohlorientierung als zukunftsfähigem Wirtschaftsmodell. **Gleichzeitig bestehen weiterhin strukturelle Herausforderungen, die das Potenzial von GUs begrenzen.** Besonders deutlich wird, dass viele der zentralen Hürden nicht innerhalb der Unternehmen selbst liegen. Motivation, Innovationskraft und gesellschaftliches Engagement sind vorhanden. **Herausforderungen entstehen vielmehr durch Rahmenbedingungen, die noch immer überwiegend auf klassische oder technologieorientierte Geschäftsmodelle ausgerichtet sind.**

Finanzierungsinstrumente, Förderprogramme und Beratungsstrukturen berücksichtigen die besonderen Anforderungen wirkungsorientierter Unternehmen bislang nur teilweise.

Auch bei der Sichtbarkeit zeigt sich ein Spannungsfeld. Obwohl Themen wie Nachhaltigkeit, soziale Innovation und gesellschaftliche Verantwortung zunehmend an Bedeutung gewinnen, bleibt Gemeinwohlorientiertes Unternehmertum für viele Menschen abstrakt. Viele Unternehmen kommunizieren ihre Gemeinwohlorientierung nur zurückhaltend, während gleichzeitig Konsument:innen ein wachsendes Interesse an transparenten, nachhaltigen und verantwortungsvollen Angeboten zeigen. **Sichtbarkeit bedeutet dabei mehr als klassische Öffentlichkeitsarbeit. Sie entsteht dort, wo Gemeinwohlorientierung im unternehmerischen Alltag erlebbar wird, neue Narrative vermittelt werden und gesellschaftlicher Mehrwert verständlich kommuniziert wird.** Die Ergebnisse verdeutlichen außerdem, wie wichtig regionale Unterstützungsstrukturen sind. Während in einigen Regionen Baden-Württembergs bereits leistungsfähige Netzwerke bestehen, hängt der Zugang zu passenden Angeboten noch stark vom Standort ab. Für eine gleichwertige Entwicklung braucht es deshalb stärkere Vernetzung, niedrigschwellige Unterstützungsangebote und einen systematischen Wissenstransfer zwischen den Regionen.

Mit dem *Koalitionsvertrag Baden-Württemberg 2026–2031* eröffnen sich hierfür neue Chancen. Die ausdrückliche Berücksichtigung von GUs und Sozialunternehmen zeigt, dass deren gesellschaftlicher Beitrag zunehmend anerkannt wird. Gleichzeitig macht der Blick auf die bundespolitische Start-up- und Scale-up-Strategie deutlich, dass Gemeinwohlorientierung und soziale Innovation im wirtschaftspolitischen Diskurs wieder stärker im Einklang mit der nationalen SIGU-Strategie berücksichtigt werden sollten.

Mit dieser zweiten Erhebung setzen wir den Grundstein für ein langfristiges Monitoring des Gemeinwohlorientierten Unternehmertums in Baden-Württemberg. Die jährliche Analyse soll Entwicklungen nachvollziehbar machen, Erfolge sichtbar werden lassen und Herausforderungen frühzeitig identifizieren. Gleichzeitig möchten wir den Dialog zwischen Unternehmen, Unterstützungsakteur:innen, Wissenschaft und Politik stärken und damit gemeinsam zu einer Wirtschaft beitragen, die gesellschaftlichen Nutzen und wirtschaftlichen Erfolg gleichermaßen in den Mittelpunkt stellt.

Denn die Transformation zu einer zukunftsfähigen Wirtschaft gelingt nicht durch einzelne Akteur:innen allein. Sie entsteht dort, wo Unternehmen, Politik, Wissenschaft, Zivilgesellschaft und Unterstützungsorganisationen ihre Perspektiven zusammenbringen, voneinander lernen und gemeinsam neue Lösungen entwickeln. Wir verstehen dieses Whitepaper daher nicht nur als Bestandsaufnahme, sondern als Einladung, diesen Wandel gemeinsam weiter zu gestalten.

Wir müssen uns von unserer Außenposition
in die Mitte der Dinge begeben,
uns wieder in die Komplexität der Welt einbetten.
Wir dürfen nicht bloß Beobachter,
sondern müssen Beteiligte sein,
die wissen, dass jede ihrer Handlungen Folgen hat,
wenn diese auch nicht unbedingt
zur gleichen Zeit am selben Ort sichtbar sind.

– Barbara Adam –

Methodik

Wer wurde befragt?

Die vier Zielgruppen der Umfrage waren:

- (Gemeinwohlorientierte) Unternehmende: Gründungsinteressierte, Gründer:innen, Start-ups, Organisationen
- Unterstützende Akteur:innen: Gründungs-/Unternehmensberatungen, Wirtschaftsförderungen, Netzwerke und Plattformen
- Konsument:innen (uneingeschränkt)

Auf welchem Weg wurden diese Personen erreicht?

Wir haben die Umfrage sowohl in unserem eigenen Netzwerk als auch über unsere Partner geteilt. Dabei wurden knapp 400 (gemeinwohlorientierte) Unternehmen erreicht – daraus resultierten 50 gültige* Rückmeldungen. Davon waren 12 in der Gründungsphase, 23 in der Wachstums- und Stabilisierungsphase und 15 bereits etabliert (> 5 Jahre).
Bei unterstützenden Akteur:innen haben wir sowohl über Verteiler als auch durch Privatgespräche etwa 90 Personen erreicht – mit 26 gültigen Rückmeldungen.
Bei den Konsument:innen hingegen haben wir unsere Community ganz bewusst verlassen und sind dafür direkt auf die Straße gegangen. Insgesamt konnten wir hier 78 gültige Rückmeldungen sammeln. Allerdings ist es schwerer nachzuvollziehen, über welche Personen und Kanäle die Umfrage weiterverbreitet wurde.

Fokusgruppen

Für die Fokusgruppen haben wir einen Termin mit unterstützenden Akteur:innen durchgeführt. Dabei wurden fünf Fragen aus der Umfrage thematisiert und weiter ausgeführt. Zur Gewinnung der Teilnehmenden haben wir bestehende Netzwerkkontakte aus Karlsruhe, Mannheim und Stuttgart erreicht.

Vielen Dank an alle, die ihre wertvollen Erfahrungen und Sichtweisen in unsere Umfrage und Fokusgruppe eingebracht haben. Eure Impulse haben wesentlich zur Tiefe und Praxisnähe der Ergebnisse beigetragen.

Das Förderprogramm des BMWE

Mit dem Förderprogramm *Nachhaltig wirken – Förderung Gemeinwohlorientierter Unternehmen* verfolgt das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWE) das Ziel, Gemeinwohlorientierte Unternehmen zu stärken, ihr Wachstum zu fördern und die Gründung neuer Unternehmen in diesem Bereich anzuregen.

Im Mittelpunkt der Förderrichtlinie stehen die **Professionalisierung und Kompetenzerweiterung kleiner und mittlerer Gemeinwohlorientierter Unternehmen (KMU) sowie ihre Vernetzung und Kooperation mit anderen Akteur:innen.** Das Programm knüpft an das Vorgängerprogramm *REACT with impact* an und baut dessen Ansätze gezielt aus.

Darüber hinaus leistet das Förderprogramm einen Beitrag zur Umsetzung der *Nationalen Strategie für Soziale Innovationen* und *Gemeinwohlorientierte Unternehmen der Bundesregierung*. Diese verfolgt das übergeordnete Ziel, die **Rahmenbedingungen für gemeinwohlorientiertes Wirtschaften zu verbessern** – unter anderem durch besseren Zugang zu finanzieller Unterstützung, Investitionen in den Ausbau des Ökosystems sowie durch rechtliche Verbesserungen.

Die Förderrichtlinie wurde in einem partizipativen Prozess gemeinsam mit potenziellen Programmteilnehmenden entwickelt und am 17. Juli 2024 veröffentlicht.

Das BMWE unterstützt im Rahmen des Programms verschiedene Angebote der Beratung, Qualifizierung, Information und Vernetzung über zwei Fördermodule:

- **Modul I – Individualförderung**
  Fördert vertiefte Unterstützungsleistungen für gemeinwohlorientierte kleine und mittlere Unternehmen (KMU).

- **Modul II – Multiplikatorenförderung**
  Unterstützt übergreifende Maßnahmen der Information und Begleitung zu Themen des Gemeinwohlorientierten Unternehmertums, die sich an eine Vielzahl von Unternehmen richten.

Die Umsetzung des Programms erfolgt durch die *IBYKUS AG* als beauftragten Projektträger.

Weitere Informationen: www.ibykus.de/projekttraeger

Alle Grafiken visualisieren die Ergebnisse unserer Erhebungen und machen zentrale Erkenntnisse auf einen Blick sichtbar.

Quellenverzeichnis

1. Schwab Foundation for Social Entrepreneurship & World Economic Forum (2025): Schwab Foundation for Social Entrepreneurship Annual Report 2024–2025

2. OECD/European Union (2025), Social Economy in Europe: Contributing to Competitiveness and Prosperity, Local Economic and Employment Development (LEED)

3. Eurofound (2025), Future of work: What can we learn from cooperatives and social enterprises?

4. Borderstep Institut für Innovation und Nachhaltigkeit (2026): Green Startup Report 2026

5. Social Entrepreneurship Netzwerk Deutschland e. V. (SEND) (Hrsg.) (2024): 5. Deutscher Social Entrepreneurship Monitor 2024

6. Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz (BMWK) (Hrsg.); Ramboll Management Consulting (2025): Studie zur Verbesserung der Datenlage zu Gemeinwohlorientierten Unternehmen in Deutschland Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz (BMWK) &

7. Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) (2025): Monitoringbericht – Nationale Strategie für Soziale Innovationen und Gemeinwohlorientierte Unternehmen

8. BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN Baden-Württemberg & CDU Baden-Württemberg (2026): Aus Verantwortung fürs Land – Gemeinsam stark in stürmischen Zeiten. Koalitionsvertrag 2026–2031

9. Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWE) (2026): Startup- und Scaleup-Strategie der Bundesregierung

10. Ministerium für Umwelt, Klima und Energiewirtschaft Baden-Württemberg: GreenTech BW

11. Bundesverband Nachhaltige Wirtschaft e. V. (BNW) (2026): Stellungnahme zum Aktionsplan „Nachhaltigkeit für ein modernes und zukunftsfähiges Deutschland“

12. Plattform für Soziale Innovationen & Gemeinwohlorientierte Unternehmen (SIGU-Plattform): Förderfinder

Impact Hub Karlsruhe

Wirkungsort für zukunftsfähiges Wirtschaften und Innovation

Herausgeber

Impact Hub Karlsruhe eG

Kaiserstraße 97, 76133 Karlsruhe

karlsruhe@impacthub.net

0721 2044 0299

karlsruhe.impacthub.net/

Vertreten durch

Paula Belzer und Vanessa Mendoza Venier

Verantwortlich für den Inhalt

Nils Fischer, Fachreferent

Kim Juliana Siegele, Art Direktion

Gestaltung/Satz/Illustration

Kim Juliana Siegele

Druckerei

Sonnendruck GmbH Wiesloch, FSC-zertifizierte Druckerei
und offizieller Partner der Gemeinwohl Ökonomie

Haftungsausschluss

Die Inhalte dieses Whitepapers wurden mit größter Sorgfalt erstellt. Trotz sorgfältiger Prüfung kann keine Gewähr für die Richtigkeit, Vollständigkeit und Aktualität der enthaltenen Informationen übernommen werden.

© 2026 Impact Hub Karlsruhe eG. Alle Rechte vorbehalten.

Das Programm „Nachhaltig wirken – Förderung gemeinwohlorientierter Unternehmen“ mit seinen Projekten wird durch das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie und die Europäische Union über den Europäischen Sozialfonds Plus (ESF Plus) gefördert.

Mit der Durchführung der Fördermaßnahme beauftragt:

Gefördert durch:

Bundesministerium für Wirtschaft und Energie

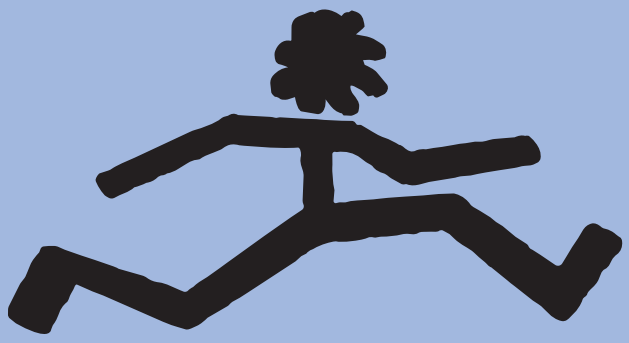
Kofinanziert von der Europäischen Union

IBYKUS

aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestages

IMPACT HUB Karlsruhe

Was, wenn die Zukunft richtig gut wird?



IMPACT HUB Karlsruhe