

Christian Schober, Constanze Beeck, Maryam Shahbal
**Gesellschaftlicher Mehrwert der
Sozialmärkte von SOMA Öster-
reich & Partner mittels einer
SROI-Analyse**

Executive Summary

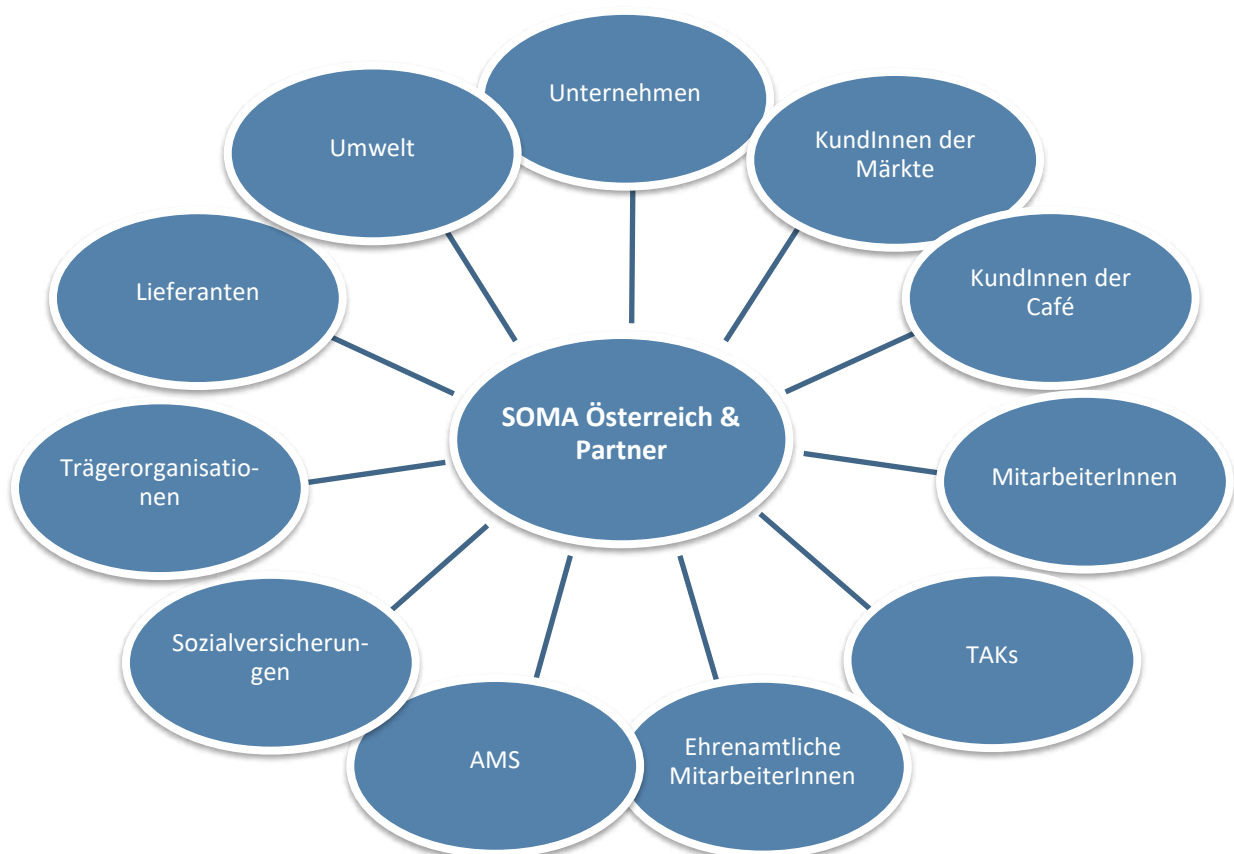
WU
WIRTSCHAFTS
UNIVERSITÄT
WIEN VIENNA
UNIVERSITY OF
ECONOMICS
AND BUSINESS

Das NPO & SE Kompetenzzentrum der Wirtschaftsuniversität Wien wurde von SOMA Österreich & Partner beauftragt, die **gesellschaftlichen Wirkungen der Sozialmärkte von SOMA Österreich & Partner** zu analysieren. Gegenstand der Analyse sind 28 Sozialmärkte in Österreich sowie teilweise deren dazugehörigen Cafés. Der Beobachtungszeitraum bezieht sich auf das Jahr 2018.

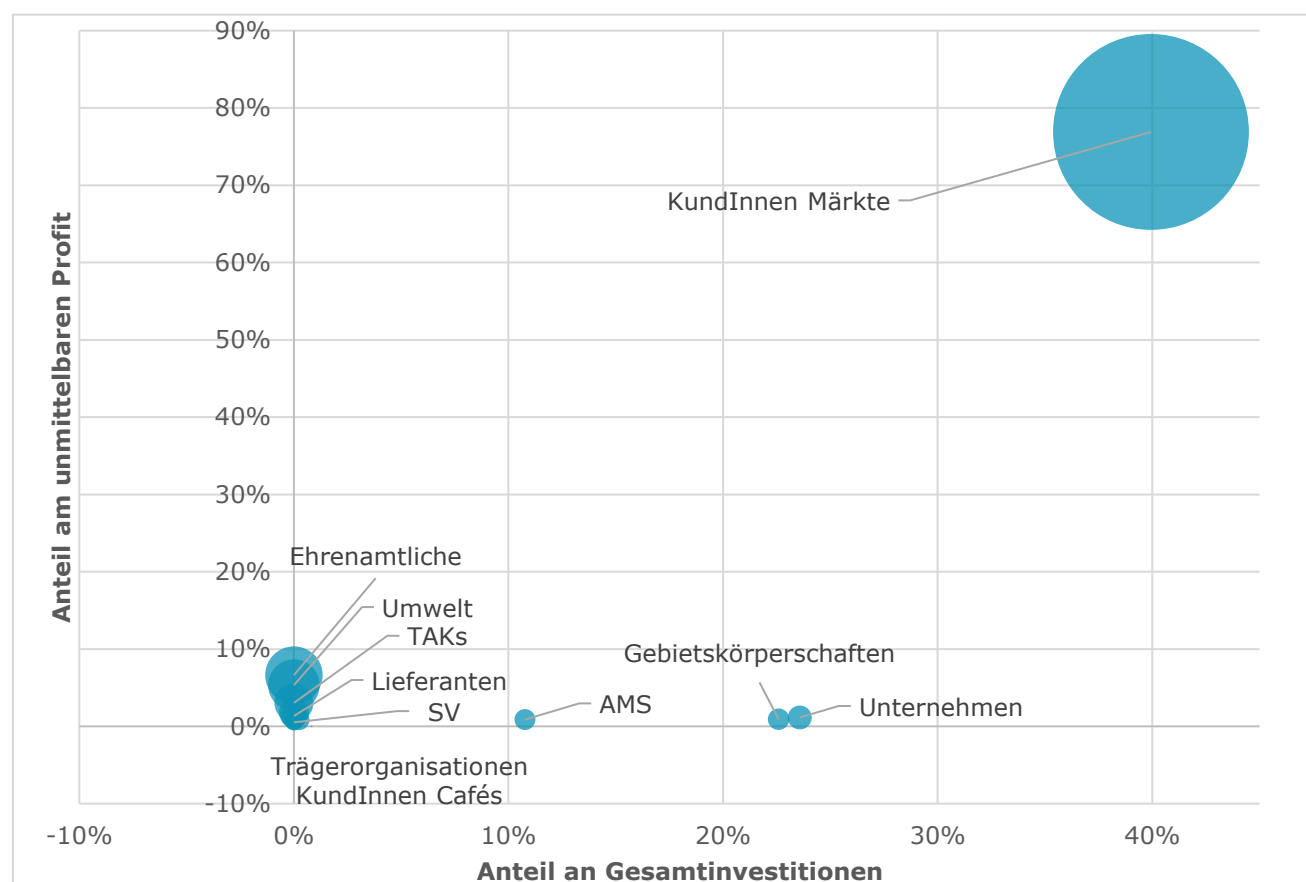
Die Evaluation erfolgt mittels einer Social Return on Investment (SROI)-Analyse, deren Ziel es ist, den durch SOMA Österreich & Partner geschaffenen gesellschaftlichen Mehrwert möglichst umfassend zu bewerten. Die Methode will neben den finanziellen, explizit auch die sozialen Wirkungen messen. Die vorliegende Analyse orientiert sich am von Schober/Then (2015) herausgegebenen „Praxishandbuch Social Return on Investment“. Ein wesentlicher Punkt ist die Identifikation der wichtigsten Stakeholder und deren Ziele zu Beginn. Für jede Stakeholdergruppe wird der investierte Input dem erzielten Output sowie dem Outcome (Wirkungen) in einer Impact Value Chain (Wirkungskette) gegenübergestellt und solcherart ein Wirkungsmodell erstellt. Die hierbei identifizierten Wirkungen werden verifiziert, ergänzt, quantifiziert und zum Schluss soweit möglich in Geldeinheiten bewertet. Zudem gilt es den Outcome um jene Wirkungen zu bereinigen, die ohnehin eingetreten wären (Deadweight). Somit kann letztlich der monetäre Wert der aggregierten Wirkungen dem gesamten in Geldeinheiten vorliegenden Input gegenübergestellt werden. Die sich ergebende Spitzenkennzahl ist der SROI-Wert, der als Verhältniskennzahl angibt, wie die monetarisierten Wirkungen proportional zu den investierten Geldern sind. Ein Wert von 1:2 signalisiert doppelt so wertvolle gesellschaftliche Wirkungen wie Investitionen.

Jede SROI-Analyse benötigt ein **Alternativszenario** zur Quantifizierung und Bewertung. Im vorliegenden Fall von SOMA Österreich & Partner wird angenommen, dass die Sozialmärkte (ceteris paribus) nicht existieren. In diesem Fall wird angenommen, dass einige Lebensmittel, dort wo andere Abnehmer mit entsprechender Logistik und freier Kapazität existieren, an diese gegeben werden. Andere Waren würden vom Handel oder der Industrie entsorgt werden.

Die Studie zeigt, wie die Sozialmärkte von SOMA Österreich & Partner in vielfältigste Weise in das Leben verschiedenster Gruppen, die mit den Sozialmärkten in Kontakt stehen, sogenannte Stakeholder, wirken. Als Stakeholder wurden folgende Gruppen identifiziert und in die Analyse inkludiert:



Insgesamt ergeben sich auf Basis der hier durchgeführten Erhebungen und Berechnungen für das Jahr 2018 **monetarisierte Wirkungen in der Höhe von 95.559.232 Euro**. Demgegenüber stehen **Investitionen von 11.286.478 Euro**, die sich größtenteils aus Umsatzerlösen, Förderungen, Leistungsverträgen und Spenden zusammensetzen.



Der **größte Profit** entsteht für die **KundInnen der Märkte**. Sie haben einen Anteil von **76,9%** an den Gesamtwirkungen. Dies sind monetarisierte Wirkungen im Wert von **73.482.844 Euro**. Im Jahr 2018 waren es ca. 28.900 KundInnen, die regelmäßig in den Sozialmärkten einkaufen. Sie profitieren insbesondere von finanziellen Einsparungen und einer gesteigerten Lebensqualität sowie einer psychischen Entlastung, die sich aus einem größeren finanziellen Handlungsspielraum, weniger Geldsorgen und einem positiveren Einkaufserlebnis ergibt. Die Sozialmärkte ermöglichen es den KundInnen vielfältigere Produkte einzukaufen, neue Produkte auszuprobieren und in einen Supermarkt zu gehen, in dem sie sich meist alles leisten können.

Der **zweitgrößte Profit** entsteht mit einem monetarisierten gesellschaftlichen Mehrwert in Höhe von **6.331.013 Euro (6,6%)** bei den **ehrenamtlichen MitarbeiterInnen**. Im Jahr 2018 engagierten sich 494 Personen in den 28 analysierten Sozialmärkten freiwillig. Sie profitieren davon, einer sinnvollen Tätigkeit nachzugehen, die ihren Alltag strukturiert und von dem positiven Gefühl, etwas Gutes zu tun. Des Weiteren werden sie für benachteiligte Gruppen und das Thema Lebensmittelverschwendung sensibilisiert.

Schließlich entsteht für die **Umwelt** der **drittgrößte Profit** mit einem Anteil von **5,8%** an den Gesamtwirkungen. Durch eine reduzierte Entsorgung von Lebensmittel und dem Konsum dieser, müssen insgesamt weniger Lebensmittel produziert werden. Dies führt zu weniger Treibhausgasemissionen, einer geringeren Landnutzung in der Agrarwirtschaft und einem niedrigeren Grundwasserverbrauch. Monetär bewertet liegt dieser Nutzen bei **5.086.668 Euro**.

Werden alle Wirkungen, also der Gesamtprofit, auf die Gesamtinvestitionen von SOMA Österreich & Partner bezogen, ergibt dies einen SROI-Wert von 8,47. **Dies bedeutet, dass jeder in die Sozialmärkte von SOMA Österreich & Partner investierte Euro Wirkungen im monetarisierten Gegenwert von 8,47 Euro schafft.** Dies ist ein relativ hoher SROI-Wert, der darauf zurückzuführen ist, dass die Sozialmärkte, mit relativ wenig Investitionen, einen positiven Nutzen für eine sehr große Gruppe an KundInnen schafft.

Zusammengefasst sind die Sozialmärkte von SOMA Österreich & Partner sehr wirkungsvoll.

KONTAKT

Kompetenzzentrum für Nonprofit-Organisationen und Social Entrepreneurship

Wirtschaftsuniversität Wien

Vienna University of Economics and Business

Gebäude D2, Eingang E, 3. OG

Welthandelsplatz 1, 1020 Wien

Tel: + 43 1 313 36 / 5878

npo-kompetenz@wu.ac.at

www.npo.or.at



Mag. Dr. Christian Schober

Wissenschaftlicher Leiter, Senior Researcher

christian.schober@wu.ac.at

+43 1 31336 5888



Constanze Beeck, MSc, BA, BA

Researcherin

constanze.beeck@wu.ac.at

+43 1 31336 6217



Maryam Shahbal, BSc

Junior Researcherin

maryam.shahbal@wu.ac.at

+43 1 31336 5157

Weiterführende Literatur



Volker Then/ Christian Schober/ Olivia Rauscher/ Konstantin Kehl (Hrsg.): Social Return on Investment Analysis Measuring the Impact of Social Investment (2017)

ISBN-13: 978-3319714004

ISBN-10: 3319714007



Christian Schober/Volker Then (Hrsg.): Praxishandbuch Social Return on Investment. Wirkung sozialer Investitionen messen (2015)

ISBN: 978-3-7910-3396-9

Im Auftrag von

